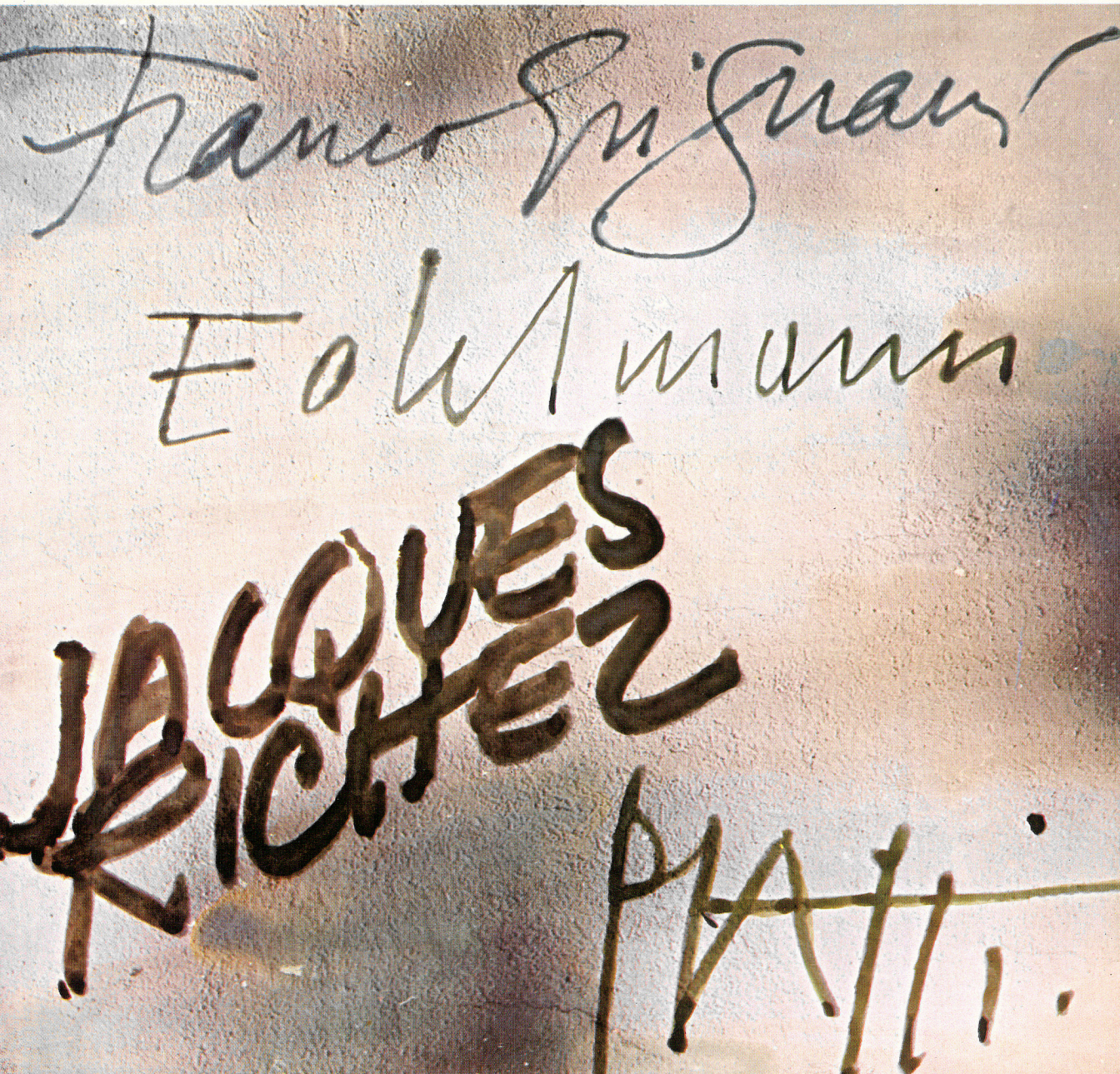
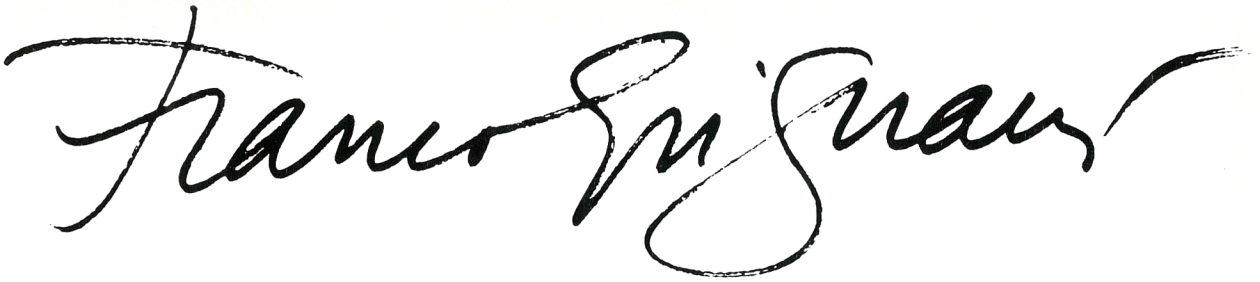
graphic designers

en Europe in Europe in Europa





Franco Grignani

Pour affirmer son rôle utilitaire au service de la communication visuelle, l'art graphique doit s'appuyer sur un grand nombre d'expériences afin de parvenir à la liberté idéale, face à la routine des activités quotidiennes. L'urgence conditionne la qualité, les limites imposées par le sujet freinent l'esprit de création, il y a aussi la cohérence du style; tous ces obstacles entravent le caractère individuel du graphiste.
J'ai fait de mon mieux pour résister à tous ces facteurs externes et j'ai tenté d'élargir le champ de mon activité propre, en m'astreignant à un travail expérimental qui bien souvent empiète sur les domaines scientifiques de la philosophie et de la physique. Ce n'est que par la fusion d'éléments divers autant que par décantation et contamination, que l'art graphique parachèvera son évolution par des voies et des expressions nouvelles.
La tendance marquée que j'éprouve pour les expériences, ou mieux, mon penchant pour les sciences d'imagination, provient probablement de ma formation d'architecte. Je n'ai pas confiné mon activité expérimentale dans un cadre ma-

Though maintaining its nature as a "service" to visual communication, graphic design must be supported by a wide range of experimental experiences in which one can attain a longed-for freedom from the complex routine of daily activity. Quality conditioned by urgency, creativity dwarfed by thematic limitations, certain style coherence—all, together, restrain the individual character of the graphic designer.
I have done my best to withstand such external conditioning; therefore, I have tried to widen the range of my own activity, applying myself to experimental work that often overlaps scientific fields such as psychology and physics. It is from just such a fusion of elements, as well as through decanting and contamination, that graphic design can find its own evolution in new ways of expression.
My marked tendency toward experimentation—or even better, my applying to science for suggestions—probably stems from my having been educated in the architectural discipline. I did not confine my experimental activity to a mathe-

Obwohl das Graphic Design sein wesentliches Element als «Dienst» an der visuellen Kommunikation beibehält, muß es von weitreichenden experimentellen Erkenntnissen vorangetragen werden, in denen sich die ersehnte Freiheit von der komplexen Routine des Alltagsbetriebs erreichen läßt. Qualität, unter Druck geformt, durch thematische Begrenzung an der Entfaltung gehinderte Kreativität, gewisse Stilübereinstimmung — all diese Dinge engen den individuellen Charakter des Graphic Designers ein.
Ich habe mein Bestes getan, um dieser Steuerung von außen zu widerstehen; deshalb habe ich versucht, meinen eigenen Tätigkeitsbereich auszudehnen, indem ich mich mit experimenteller Arbeit beschäftige, die häufig in wissenschaftliche Bereiche wie Psychologie und Physik hineinreicht. Gerade mit Hilfe einer solchen Fusion von Elementen, sowohl durch Klärung wie durch Trübung, kann das Graphic Design seine eigene Evolution zu neuen Ausdrucksformen finden.
Meine ausgeprägte Neigung zum

thématique rigide; au contraire, j'ai été aussi loin que possible au-delà de cette limite. Comme exemple, je peux citer mes expériences avec distorsions optiques et tensions structurales. L'œil humain «voit» au travers d'émotions et de suggestions, c'est ce qui explique que la géométrie plane ou une composition équilibrée sont trop logiques pour avoir la force nécessaire au déclenchement de la réaction de l'œil. La plupart du temps, nous voyons des annonces publicitaires à côté d'autres affiches; naturellement, cette promiscuité exige de chaque affiche publicitaire sa propre autonomie physique d'expression, et par «autonomie», j'entends la possession de cette valeur traumatisante qui capte instantanément le regard du spectateur et lui fait ressentir une certaine gêne de la perception, une irrégularité créée par les tensions.
De par la reproduction mécanique et la diffusion, l'art graphique est devenu le plus important moyen de communication et de propagation de la culture.
Chaque jour, en feuilletant un journal ou une revue, ou en regardant une rangée d'affiches sur des murs, consciemment ou inconsciemment, nous recevons des messages. Le graphiste représente une puissance fondamentale dans le monde. Il déverse la «culture» dans la rue, il la distribue à l'homme de la rue, et lui permet de s'assimiler la communication.
J'aimerai classer maintenant mes expériences de recherche en diverses tendances, sous des rubriques différentes.
La période fluide. D'abord, mes recherches se sont bornées à créer des images indéfinies ou des signes très vagues, afin d'éveiller l'observation et l'esprit de création. Ensuite, cette étude a passé à des images incomplètes (achevées au moyen de découpages photographiques) qui, par leur «contenu» d'information, étaient destinées à stimuler le processus de la pensée.

matical frame. On the contrary, I stretched it as far as possible—even beyond that limit. For example, I have experimented with optical distortions and structural tensions. The human eye "sees" through emotions or suggestions; therefore, plane geometry or a balanced composition are too logical to contain the necessary stress that triggers off reaction in the human eye. Most of the time we see advertisements side by side with other advertisements; naturally, this closeness requires that each advertisement maintain its own expressive or physical autonomy—and by "autonomy" I mean the possession of that traumatic value that instantly catches the viewer's eye and makes him feel a perceptive uneasiness, an irregularity caused by tensions.
Owing to its mechanical reproduction and diffusion, graphic design nowadays is the chief means of communication for the dissemination of cultural content.
Every day, as a man chances to go through a newspaper or magazine, or as his eyes glide along sequences of posters lined on the walls—constantly and unconsciously, he is absorbing messages. The graphic designer is a fundamental power in the world: He pours culture into the streets; he distributes culture to the ordinary man to enable him to assimilate communication.
I would now like to separate my experimental research into different trends, under different rubrics.
The flow period. Research was devoted to creating indefinite images or signs whose very vagueness might stimulate observation and creativity. This study afterward included uncompleted images (achieved by means of photographic cuts) whose informative content would start the brain thinking.
Research on distortions. The reality of an image or sign is optically altered in order to compete with the logic imposed by the human eye. An attentive eye will realize new

Experimentieren — oder besser, meine Beschäftigung mit der Wissenschaft auf Grund der Anregungen, die ich daraus beziehe — rührt wahrscheinlich von meiner Architektenausbildung her. Ich arbeitete bei meinen Experimenten nicht innerhalb eines mathematischen Rahmens, sondern dehnte sie so weit als möglich aus — ja, überschritt sogar diese Grenze. Ich experimentiere z. B. mit optischen Verzerrungen und strukturellen Spannungen. Das menschliche Auge «sieht» durch Emotionen oder Vorstellungen; deshalb sind reine Geometrie oder eine ausgewogene Komposition zu logisch, um den notwendigen Druck auszuüben, der im Auge Reaktion auslöst. Meistens sehen wir mehrere Anzeigen nebeneinander; diese Nähe erfordert natürlich, daß jede Anzeige ihre expressive oder physische Autonomie behauptet — und mit «Autonomie» meine ich den Besitz jenes traumatischen Wertes, der sofort den Blick des Betrachters fängt und ihn ein Wahrnehmungsunbehagen fühlen läßt, eine Regelwidrigkeit, verursacht durch Spannungen.
Auf Grund der mechanischen Reproduzierbarkeit und Diffusion ist das Graphic Design heutzutage das wichtigste Kommunikationsmittel zur Verbreitung kultureller Materie. Bei jedem Durchblättern einer Zeitung oder Zeitschrift oder wenn das Auge über die Plakatwände gleitet, nimmt es — bewußt oder unbewußt — ständig Botschaften auf. Der Graphic Designer ist eine fundamentale Macht in dieser Welt: Er bringt Kultur in die Öffentlichkeit; er bietet dem Mann auf der Straße Kultur an, damit er sie in Kommunikation umsetzen kann.
Meine experimentelle Forschung möchte ich jetzt in verschiedene Trends oder Rubriken einteilen.
Die «flow»-Periode. Ich bemühte mich, unbestimmte Images oder Zeichen zu schaffen, deren besonderer unbestimmter Charakter die Beobachtung und Kreativität

Recherche sur les distorsions. La réalité d'une image ou d'un signe est optiquement altérée, afin de rivaliser avec la logique imposée par l'œil. Un regard attentif réalisera de nouvelles découvertes, au-delà des règles de la logique (où les formes sont anthropomorphes), libre de restrictions géométriques, libre de toute structure. Alors, on parvient au traumatisme dû à la dynamique, à l'individualité, à «l'unique», qui fréquemment est disposé dans un espace géométrique ordonné. Après la distorsion, imprimant une forme en faisant intervenir des tensions je me suis tourné, en continuation cohérente de l'expérience, vers une période de tensions dans les formes et dans l'espace. Le fait de briser l'uniformité de l'espace produit des tensions plus vivement ressenties à cause du malaise physique qu'elles suscitent et par le processus de ré-élaboration de notre personnalité qui s'ensuit; en dernier lieu, elles stimulent l'achèvement de l'image proposée. Ce sont là des phénomènes fondamentaux de la communication visuelle.

Néanmoins, nous pouvons affirmer que même une expression du corps humain, un mouvement ou un simple geste, crée de la tension. Cette force de tension est égale aux effets produits par un certain espace, ou par l'équilibre des blancs et des noirs, ou par la couleur, ou encore par des mots exprimés ou non exprimés.

Induction visuelle. L'induction tient lieu de stimulant, de concentration, d'absorbement. Certaines formes circulaires en sont de bons exemples, des formes basées sur un équilibre radial marqué, des formes possédant un noyau focalisant, compulsif.

Jusqu'à présent, j'ai réalisé plus de 14 000 œuvres expérimentales. Manifestement, une telle profusion m'a pris une grande partie de la vie; mais, j'avais résolu de me vouer à deux activités: l'une, gagner ma vie, l'autre, «faire ma vie». Avec

discoveries beyond the rules of logic (where shapes are anthropomorphous), free from geometric limitations, free from any structure created by man. The aftermath is one of trauma, owing to dynamics, individuality, the "unicum" that often is placed in an orderly, geometric space. After distorting—impressing a shape by interacting tensions—I turned, as a coherent continuation of experience, to a period of tension in shapes and space. Breaking up the evenness of a space produces tensions that are more vividly experienced because of the physical uneasiness they create and the consequent process of re-elaboration through our own personal pattern that they call for, while ultimately providing a stimulus toward finishing the proposed image. These are fundamental phenomena of visual communication.

Nevertheless, we can say that even a human expression, or the posture of a body, or a gesture creates tension. Their tensive power is equal to the effects caused by a certain space, or by the balance of black and withe quantities, or by color, or by uttered or unuttered words.

Visual induction. Induction stands for stimulus, concentration, and absorption. Good examples are any circular shape, shapes based on a radial stressed balance, shapes having a focalizing, compelling core.

Up to now, I have made more than 14,000 experimental works. Obviously, so much production has taken up a great part of my life; but I have resolved to devote myself to two activities: one is to earn a living, the other is "my life."

Although the borderline between the two is rather blurred, I recently shifted from graphic design to painting, which due to its absence of restraints, gives me the illusion of much greater freedom. I have always been interested in photography, especially "vanguard pho-

anregen sollte. Diese Studie erbrachte unvollendete Images (die mit Hilfe fotografischer Schnitte erzielt wurden), deren Informationsgehalt zum Denken anregte. Experimente mit Verzerrungen. Die Realität eines Images oder Zeichens wird optisch verändert, um mit der vom menschlichen Auge vorgeschriebenen Logik zu konkurrieren. Ein aufmerksames Auge wird jenseits der Regellogik (in der Formen anthromorphisch sind) neue Entdeckungen machen, frei von geometrischen Einschränkungen und jeglicher von Menschen geschaffener Struktur. Die Nachwirkung ist traumatisch infolge von Dynamik, Individualität des «Unikums», das häufig in einen ordentlichen geometrischen Raum gestellt ist. Nach den Verzerrungen — Formgebung durch wechselwirkende Spannungen — widmete ich mich, an diese Erfahrung anknüpfend, einer Periode der Spannung in Formen und Raum. Bricht man die Ebenmäßigkeit eines Raumes auf, entstehen Spannungen, die auf Grund des physischen Unbehagens, das sie hervorrufen, intensiver empfunden werden sowie durch den anschließenden Vorgang der Zurückbildung nach unserem eigenen persönlichen Schema, nach dem sie verlangen, während sie letzten Endes dazu reizen, das beabsichtigte Image zu vollenden. Dies sind fundamentale Phänomene der visuellen Kommunikation.

Dessen ungeachtet können wir sagen, daß sogar ein menschlicher Ausdruck, eine Körperhaltung oder eine Geste Spannung schaffen. Ihre Spannung verursachende Kraft kommt den Wirkungen gleich, die ein bestimmter Raum, Schwarz-Weiß-Verhältnisse, Farbe, ausgesprochene oder unausgesprochene Worte hervorrufen.

Visuelle Induktion. Induktion steht hier für Reiz, Konzentration und Absorption. Gute Beispiele sind alle Rundformen — Formen, deren Ausgewogenheit einen gemein-

ce postulat, la solution de continuité entre les deux etst plutôt confuse. Récemment, j'ai passé du dessin graphique à la peinture, laquelle, par son absence de restrictions, m'a donné l'illusion d'une plus grande liberté.
J'ai toujours été intéressé par la photographie, spécialement par la «photographie d'avant-garde», en tant qu'élément applicable à l'art graphique. La photographie ne doit pas seulement être une bonne documentation, fusse-t-elle, une documentation poétique. Elle doit créer des images étranges, en s'aidant de la lumière et de la chimie. Aujourd'hui, mon œuvre comporte peu de dessin et mes réalisations antérieures ont toujours été retravaillées par des procédés photographiques ou optiques afin d'exprimer une signification différente.
Présentement, je suis engagé dans la recherche d'une «image périodique», c'est-à-dire la réalisation d'une structure organisée avec répétition d'un motif de base ou signe fondamental, la plupart du temps, très simple. On arrive ainsi à une géométrie altérée, ces modifications ayant été programmées de manière à jaillir multi-directionnellement. A cause de cette disposition, le spectateur, inconsciemment, est invité à re-coordonner les altérations de la perspective et par là même, il est engagé dans la communication visuelle. Ces dernières années, de nombreuses explications ont été formulées au sujet de la communication visuelle, mais l'être humain, de par sa nature, veut toujours résoudre les mystères qu'il rencontre: les inconnues ou la raison profonde des choses.
Ainsi donc, la communication ne peut pas se résumer simplement par «voir».
Des images déjà classées dans une expérience visionnelle du spectateur n'éveillent plus son intérêt. C'est pourquoi, la tâche du graphiste ne doit pas se borner à repro-

tography" as an element applicable to graphic design. Photography must not be simply good documentation, albeit poetic documentation. It must create eerie images through the use of light and chemistry. Actually, there is little drawing in my work, and my existing works have always been re-elaborated through photographic or optical equipment, in order to make them express a different sign.
Presently I am involved in research on "periodic image"—that is, the creation of an organized structure by repeating a basic shape or sign, mostly a very simple one. The result is an altered geometry, though these angular alterations have been previously programmed in order to spread multidirectionally. The observer is therefore unconsciously compelled to recoordinate the perspective alteration—and hence is actively involved in visual communication. In the last few years, much has been said about visual communication, but man still tends naturally to try to solve such mysteries as the unknown or the reason why things are as they are.

Communication, thus, is not simply "seeing."
The sight of things already filed in one's experience is uninteresting. The task of the graphic designer is

samen Mittelpunkt beansprucht; Formen, die einen unwiderstehlichen, brennpunktartig faszinierenden Kern haben. Bis heute habe ich über 14000 experimentelle Arbeiten ausgeführt. Offensichtlich ging darin ein Großteil meines Lebens auf; doch meine Tätigkeit soll zwei Dingen dienen: meinem Lebensunterhalt und «meinem Leben».
Obwohl die Trennungslinie zwischen diesen beiden ziemlich unscharf ist, wechselte ich vor kurzem vom Graphic Design zur Malerei über, die mir, da sie frei von Zwängen ist, die Illusion größerer Freiheit gibt. Schon immer interessierte mich die Fotografie, besonders die avantgardistische, als ein im Graphic Design anwendbares Element. Fotografie muß nicht nur gute, obgleich poetische Dokumentation sein. Sie muß mit Hilfe von Licht und Chemikalien gespensterhafte Bilder schaffen. Tatsächlich gibt es bei meiner Arbeit nicht viel zu zeichnen, und alle meine Arbeiten wurden mit fotografischem oder optischem Gerät überarbeitet, um ihnen einen anderen Ausdruck zu verleihen. Im Augenblick beschäftige ich mich mit dem «periodischen Image» — das heißt, mit der Schaffung einer organisierten Struktur, indem zumeist recht einfache Grundformen oder -zeichen wiederholt werden. Das Ergebnis ist eine veränderte Geometrie, obwohl diese Winkelveränderungen vorher zur multidirektionalen Streuung programmiert waren. Der Beobachter ist deshalb unwillkürlich gezwungen, die perspektivischen Veränderungen wieder richtig anzuordnen — und somit aktiv an der visuellen Kommunikation beteiligt.
In den letzten Jahren wurde viel über visuelle Kommunikation gesagt, aber noch neigt der Mensch instinktiv dazu, solche Geheimnisse wie das «Große Unbekannte» oder die Ursache aller Dinge zu erforschen.
Kommunikation bedeutet also nicht einfach «sehen».
Der Anblick von Dingen, die sich

duire des textes imprimés sur un tableau, mais à rechercher diverses voies d'expérience personnelle, «l'humus vital», d'où pourraient jaillir des éléments qui rendront son message durable.

therefore not merely to stick printed texts on a cardboard but to try various paths of individual experimentation—the "vital humus" from which he can drawn those elements that will make his message valid and lasting.

bereits in unserem Erfahrungsschatz befinden, ist uninteressant. Die Aufgabe des Graphic Design besteht deshalb nicht allein darin, gedruckte Inhalte auf Papier zu kleistern, sondern auf verschiedene Wege individuelle Versuche anzustellen — das ist der notwendige «Humus», aus dem er die Elemente ziehen kann, die seine Botschaft gültig und dauerhaft machen werden.

Il a réalisé et rassemblé une documentation détaillée de son œuvre qui, de nombreuses années, a eu une grande influence sur l'art graphique international. Des revues spécialisées, des livres et des exemples ont été distribués dans un grand nombre d'écoles d'art graphique et ont contribué à mieux faire connaître son œuvre

Des œuvres d'art et des réalisations expérimentales de Grignani se trouvent dans les collections du musée d'Art moderne de New York, au «Stedelijk» à Amsterdam, au musée d'Art moderne de Varsovie, et au Victoria and Albert Museum à Londres. Des expositions personnelles ont eu lieu en Italie et dans d'autres pays. L'évolution constante de son œuvre graphique, de sa peinture, de même que la cohérence de sa méthode, ont toujours fait naître un vif intérêt chez les jeunes artistes et les amateurs d'art

Membre du jury international pour «Typomundus 20/2», il a pris part au choix des œuvres pour le meilleur «graphic design» du XXe siècle. Il a aussi fait partie du jury à la troisième Biennale de Varsovie

He has created and collected detailed documentation of his own work, which for years has been influencing trends in international graphic design. Specialized magazines, books, and samples distributed to many graphic design schools have helped to make his work better known

Grignani's experimental designs and other works of art are in the collections of the Museum of Modern Art, New York; the Stedelijk, Amsterdam; the Museum of Modern Art, Warsaw; and the Victoria and Albert Museum, London. One-man shows of his work have appeared in Italy and elsewhere. His constant evolution in graphic design and painting and his coherence of method arouse a vivid interest in young artists and estheticians. A member of the international jury for Typomundus 20/2, he helped select works representing the best of 20th-century graphic design. He was a member of the jury at the third Biennale de l'Affiche, Warsaw

Er stellte eine ausführliche Dokumentation seiner Arbeit zusammen, die die Trends im internationalen Graphic Design jahrelang beeinflußte. Fachzeitschriften, Bücher und Muster wurden an zahlreiche Graphic-Design-Schulen verteilt und verhalfen seiner Arbeit zu einer breiteren Öffentlichkeit

Grignanis experimentell Design sowie weitere Kunstwerke befinden sich in den Sammlungen des Museum of Modern Art, New York, im Stedelijk, Amsterdam, im Museum für moderne Kunst in Warschau und im Victoria and Albert Museum, London. Einzelausstellungen erschienen u. a. in Italien. Seine fortwährende Entwicklung im Graphic Design und in der Malerei sowie die Einheitlichkeit seiner Methode weckten bei jungen Künstlern und Kunstkennern lebhaftes Interesse. Als Mitglied der internationalen Jury für Typomundus 20/2 half er bei der Auswahl der besten Graphic-Design-Arbeiten, die in diesen Jahrhundert entstanden. Er war Mitglied der Jury bei der dritten Plakat-Biennale in Warschau

1908 Né dans un village près de Pavie
Après avoir obtenus un diplôme d'architecte et avoir exercé quelques années, il s'essaye dans l'art graphique et dans la photographie, puis dans l'op-art
Il entreprend des recherches en communication visuelle et, dans cette discipline, il étend la notion des dimensions au processus de la perception par accélérations, distorsions, tensions et inductions optiques

1957 Dirige la section d'art graphique à la Triennale de Milan

1965 Expose ses théories au congrès «Vision 65» à l'université de Southern Illinois
Grignani vit et travaille à Milan

1908 Born in a village near Pavia
After graduating as an architect and practicing for a few years, he began experimenting in graphic design and photography and in op art
As a student of visual communication, he extended the dimensions in the perceptive process by accelerations, distortions, tensions, and optical inductions

1957 Planned the graphic design section of the Triennale, Milan

1965 Spoke at the Vision 65 congress at the University of Southern Illinois
Grignani lives and works in Milan

1908 in einem Dorf bei Pavia geboren
Nach seinem Architektenexamen und einigen Jahren Berufspraxis begann er mit seinen Experimenten in Graphic Design, Fotografie und Op Art
Als Student der visuellen Kommunikation erweiterte er die Dimensionen im Wahrnehmungsvorgang durch Beschleunigungen, Verzerrungen, Spannungen und optische Induktionen

1957 entwarf er die Abteilung Graphic Design der Triennale in Mailand

1965 sprach er auf dem Kongress Vision 65 an der University of Southern Illinois
Grignani lebt und arbeitet in Mailand

Franco Grignani

1 Brochure pour l'exposition Grignani à Bergame, 1970
2–3 Revue publicitaire, annonces pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
4 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1968
5 Revue d'art graphique, publicité pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1968
6–7 Revue publicitaire, annonces pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1968
8 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1967
9 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
10 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1967
11 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1964
12 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1963
13 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
14 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1966
15–16 Revue publicitaire, annonces pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1967
17 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1966
18 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1963
19 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1968
20 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1964
21 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1965
22 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969

1 Brochure for Grignani exhibition in Bergamo, 1970
2, 3 Advertising magazine advertisements for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
4 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1968
5 Graphic design magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1968
6, 7 Advertising magazine advertisements for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1968
8 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1967
9 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
10 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1967
11 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1964
12 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1963
13 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
14 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1966
15, 16 Advertising magazine advertisements for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1967
17 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1966
18 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1963
19 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1968
20 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1964
21 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1965
22 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969

1 Katalog für eine Grignani-Ausstellung in Bergamo, 1970
2, 3 Anzeigen in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
4 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
5 Anzeige in einer Graphic-Design-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
6, 7 Anzeigen in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
8 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1967
9 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
10 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1967
11 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
12 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
12 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1963
13 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
14 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1966
15, 16 Anzeigen in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1967
17 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1966
18 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1963
19 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
20 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
21 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1965

23–24 Revue publicitaire, annonces pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1964
25 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1968
26 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix
27 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
28 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1964
29 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1966
30 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1964
31 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
32 Annonce de revue pour Alfieri & Lacroix
33 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
34 Revue publicitaire, annonce pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1967
35 Revue d'art graphique, publicité pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1966
36 Revue d'art graphique, publicité pour Alfieri & Lacroix, Milan, 1969
37 Publicité pour la maison Nebiolo, Turin, 1968
38 Sigle pour lea firme «Cremona Nuova», 1969
39 Idéogramme pour l'organisation touristique «Aerhotel»
40 Double page d'un genre inédit pour la revue «Format», Toronto
41 Couverture pour «Graphis Annual», 1967–1968, Walter Herdegg, Zurich, 1967
42–43 Jaquettes de livres de poche, «Penguin Books», 1969
44 Couverture pour le journal interne de Pirelli, Milan, 1967
45 Couverture de la revue «Serigrafia», 1966

23, 24 Advertising magazine advertisements for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1964
25 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1968
26 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan
27 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
28 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1964
29 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1966
30 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1964
31 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
32 Magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan
33 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
34 Advertising magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1967
35 Graphic design magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1966
36 Graphic design magazine advertisement for Alfieri & Lacroix, imprimerie, Milan, 1969
37 Magazine advertisement for Forma type for Società Nebiolo, Turin, 1968
38 Trademark for Cremona Nuova typographical firm, 1969
39 Trademark for Aerhotel tourist organization, 1968
40 Double-page spread, with a new type face, for the magazine "Format," Toronto
41 Book jacket for "Graphis Annual," 1967–68, Walter Herdegg, Zurich, 1967
42, 43 Paperback book jackets, Penguin Books, 1969
44 Cover for house organ, Pirelli, Milan, 1967

22 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
23, 24 Anzeigen in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
25 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
26 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix
27 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
28 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
29 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1966
30 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
31 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
32 Zeitschriftenanzeige für Alfieri & Lacroix, Mailand
33 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
34 Anzeige in einer Werbe-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1967
35 Anzeige in einer Graphic-Design-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1966
36 Anzeige in einer Graphic-Design-Zeitschrift für Alfieri & Lacroix, Mailand, 1969
37 Zeitschriftenanzeige für die neue Schrift Forma für Società Nebiolo, Turin, 1968
38 Markenzeichen für die Druckerei Cremona Nuova, 1969
39 Symbol für die Fremdenverkehrsgesellschaft Aerhotel
40 Doppelseite mit einem neuen typographischen Gesicht für die Zeitschrift «Format», Toronto
41 Buchumschlag für «Graphis Annual», 1967–68, Walter Herdegg, Zürich, 1967
42, 43 Taschenbuchumschläge für Penguin Books, 1967

46 Couverture pour «Publicità in Italia», 1964–1965, L'Ufficio Moderno, Milan, 1964
47 Couverture pour «Publicità in Italia», 1967–1968, L'Ufficio Moderno, Milan, 1967
48 Couverture pour «Publicità in Italia», 1969–1970, L'Ufficio Moderno, Milan, 1969
49 Couverture de la revue «Linea Grafica», Milan, 1965
50 Carte de vœux, 1967
51 Couverture de la revue «Linea Grafica», Milan, 1962
52 Jaquette de livre, Editoriale A–Z, Milan, 1965
53 Carte de vœux, 1968
54–55 Affiches d'art graphique pour Alfieri & Lacroix, 1964
56 Affiche pour Alfieri & Lacroix
57 Affiche pour Alfieri & Lacroix
58 Affiche pour une exposition d'art graphique itinérante, 1970
59 Affiche pour la Maison Nebiolo, Turin, 1967
60 Affiche pour Alfieri & Lacroix, 1968
61 Affiche pour Alfieri & Lacroix
62 Affiche pour Alfieri & Lacroix
63 Affiche pour une exposition Grignani, Galleria Flaviana, Locarno, 1966
64 Affiche pour une exposition d'art publicitaire italien, Londres, 1967
65 Affiche pour une exposition d'art graphique italien, Londres, 1967
66 Affiche pour Alfieri & Lacroix, 1964
67 Affiche pour une exposition Grignani, Galleria San Fedele, Milan, 1969
68 Œuvre expérimentale de tensions structurelles, 1964
69 Œuvre expérimentale d'induction dynamique, 1962
70 Œuvre expérimentale de tension optique dans un champ visuel, 1966
71 Motif de perspective à structure triangulaire, 1965
72 «Deux dissociations dans un espace visuel», peintre acrylique, 1966

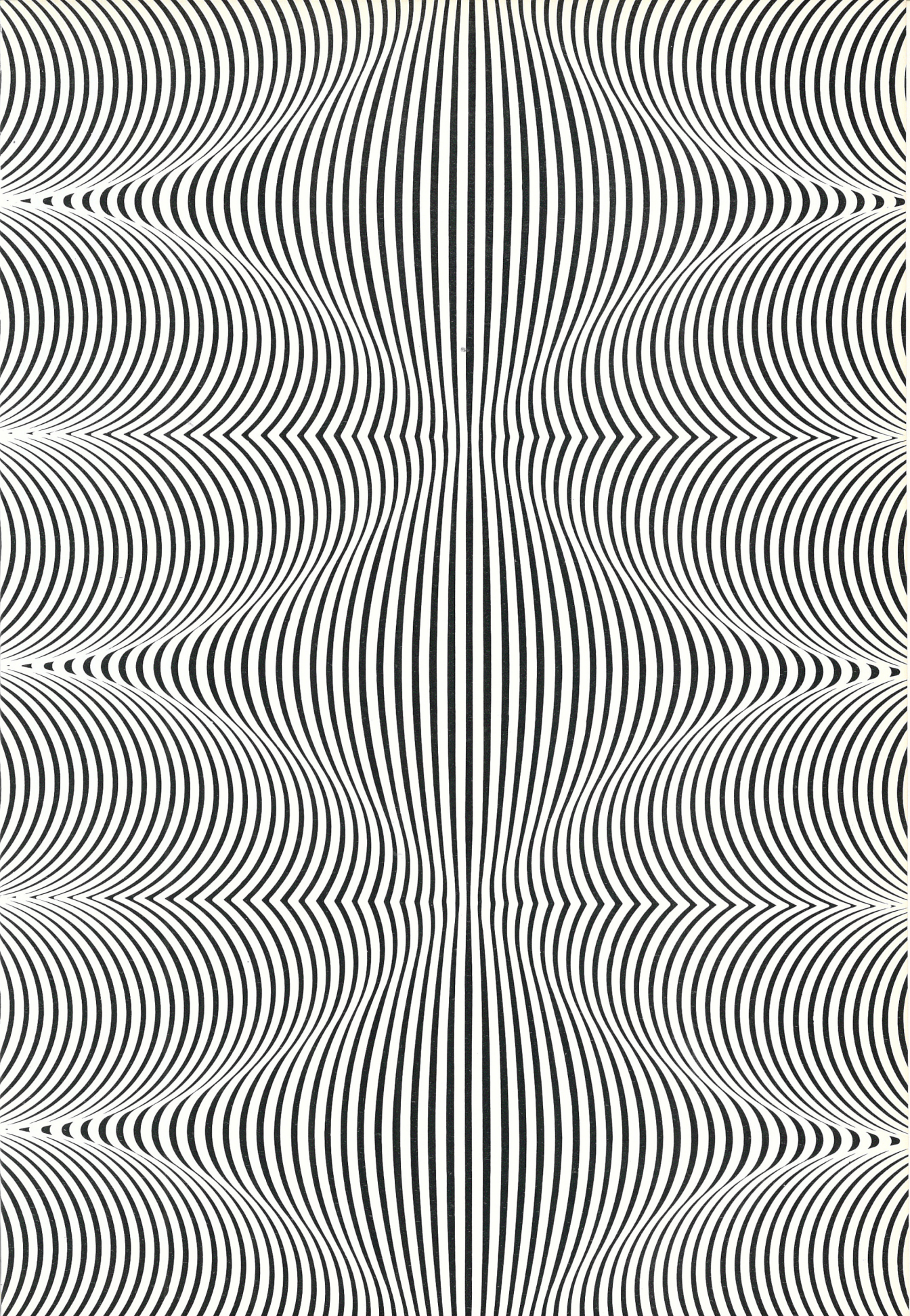
45 Magazine cover, "Serigrafia," 1966
46 Book jacket for "Pubblicita in Italia," 1964–65, L'Ufficio Moderno, Milan, 1964
47 Book jacket for "Publicità in Italia," 1967–68, L'Ufficio Moderno, Milan, 1967
48 Book jacket for "Pubblicità in Italia," 1969–70, L'Ufficio Moderno, Milan, 1969
49 Magazine cover, "Linea Grafica," Milan, 1965
50 Christmas and New Year's card, 1967
51 Magazine cover, "Linea Grafica," 1962
52 Book jacket, Editoriale A–Z, Milan, 1965
53 Christmas and New Year's card, 1968
54, 55 Graphic design posters, Alfieri & Lacroix, 1964
56 Graphic design posters, Alfieri & Lacroix, 1964
57 Graphic design posters, Alfieri & Lacroix, 1964
58 Poster for traveling design exhibition, 1970
59 Poster for Magister type face, Società Nebiolo, 1967
60 Graphic design poster, Alfieri & Lacroix, 1968
61 Graphic design poster, Alfieri & Lacroix, 1968
62 Graphic design poster, Alfieri & Lacroix, 1967
63 Poster for Grignani exhibition, Galleria Flaviana, Locarno, 1966
64 Poster for a poster exhibition, London, 1967
65 Poster for Italian graphic design exhibition, London, 1967
66 Graphic design poster, Alfieri & Lacroix, 1964
67 Poster for Grignani exhibition, Galleria San Fedele, Milan
68 Experimental work in structural tensions, 1964
69 Experimental work in dynamic induction, 1962
70 Experimental work in optical tension inside a visual space, 1966

44 Titelseite der Werkszeitschrift Pirelli, Mailand, 1967
45 Titelbild für die Zeitschrift «Serigrafia», 1966
46 Buchumschlag für «Pubblicità in Italia», 1964–65, L'Ufficio Moderno, Mailand, 1964
47 Buchumschlag für «Pubblicità in Italia», 1967–68, L'Ufficio Moderno, Mailand, 1967
48 Buchumschlag für «Pubblicità in Italia», 1969–70, L'Ufficio Moderno, Mailand, 1969
49 Titelseite für die Zeitschrift «Linea Grafica», Mailand, 1965
50 Weihnachts- und Neujahrskarte, 1967
51 Titelseite, «Linea Grafica», 1962
52 Buchumschlag, Editoriale A-Z, Mailand, 1965
53 Weihnachts- und Neujahrskarte, 1968
54, 55 Graphic-Design-Plakate, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
56 Graphic-Design-Plakat, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
57 Graphic-Design-Plakat, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
58 Plakat für eine Ausstellung «Design aus Italien», Karlsruhe, 1970
59 Plakat für die Schrift Magister, Società Nebiolo, 1967
60 Graphic-Design-Plakat, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
61 Graphic-Design-Plakat, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1968
62 Graphic-Design-Plakat, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1967
63 Plakat für eine Grignani-Ausstellung, Galleria Flaviana, Locarno, 1966
64 Plakat für eine Plakat-Ausstellung in London, 1967
65 Plakat für eine italienische Graphic-Design-Ausstellung, London, 1967
66 Graphic-Design-Plakat, Alfieri & Lacroix, Mailand, 1964
67 Plakat für Grignani-Ausstellung, Galleria San Fedele, Mailand, 1969
68 Experimentelle Arbeit mit

73 Peinture acrylique, 1967
74 Expérience de tension graphique, 1962
75 «Poésie et image visuelles», réalisation pour une exposition, «Au-delà de l'avant-garde»

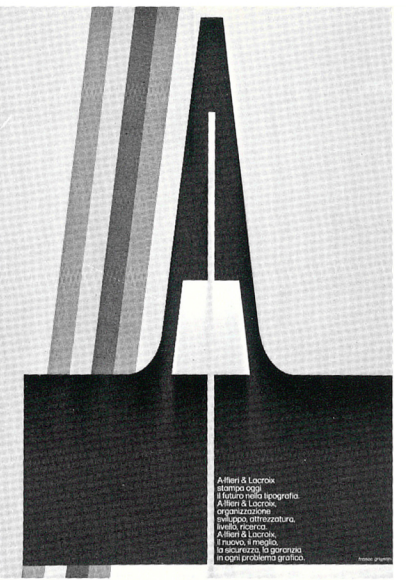
71 A perspective triangular structure design, 1965
72 "Two Dissociations in a Visual Space," acrylic painting, 1966
73 Acrylic painting, 1967
74 Experiment in graphic tension, 1962
75 "Visual Poetry and Image," work for an art show, "Beyond the Vanguard"

strukturellen Spannungen, 1964
69 Experimentelle Arbeit an dynamischer Induktion, 1962
70 Experimentelle Arbeit an optischer Spannung innerhalb eines visuellen Raums, 1966
71 Eine perspektivische Dreiecks-Struktur, 1965
72 «Zwei Dissoziationen in einem visuellen Raum», Acryl-Malerei, 1966
73 Acryl-Malerei, 1967
74 Experiment mit graphischer Spannung, 1962
75 «Visuelle Poesie und Imago», Arbeit für eine Kunstausstellung «Jenseits der Avantgarde»



ieri è nata la **Optical Art** e l'ha annunciata la rivista americana LIFE del 28 dicembre scorso. In questo spazio, ogni mese e da anni, Alfieri & Lacroix propone problemi visuali in un'area adattissima: la grafica. Alfieri & Lacroix è viva e moderna, ai problemi di comunicazione associa la più razionale e completa organizzazione per la stampa di qualità

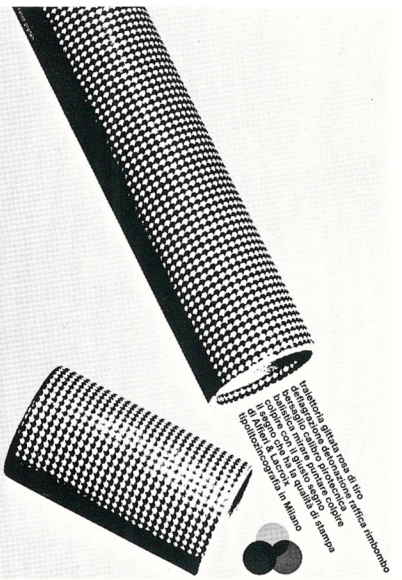
2



3

4

5

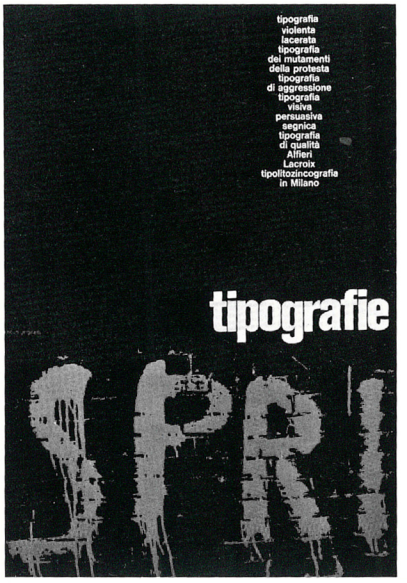


6

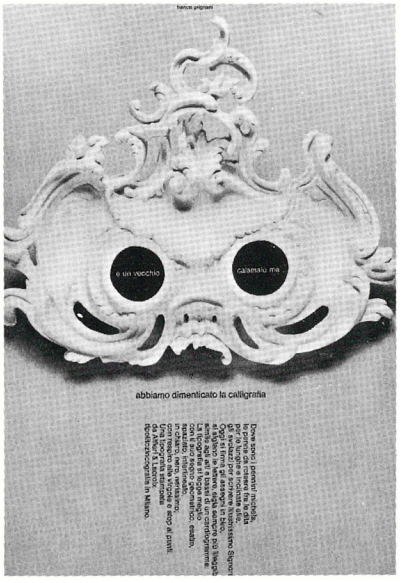
7

Alfieriii &&& Lacroixxx per una tipografia esaltante comunicativa immaginativa

8



9



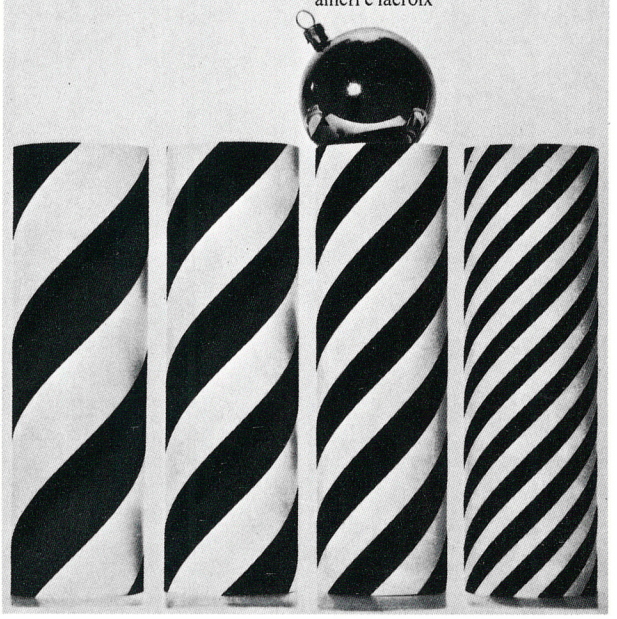
10

Questo è un racconto simbolico allusivo immaginativo emotivo evocativo per un nostro discorso poetico Organizziamo e comunichiamo le nostre figurazioni per i tipi di Alfieri e Lacroix qualità nella stampa

11

franco grignani

ai pubblicitari
per il natale
millenovecento-
sessantatre
per il nuovo anno
millenovecento-
sessantaquattro
tanti regali
felicità completa
salute d'acciaio
idee geniali
ottimi affari
stampa di qualità
alfieri e lacroix



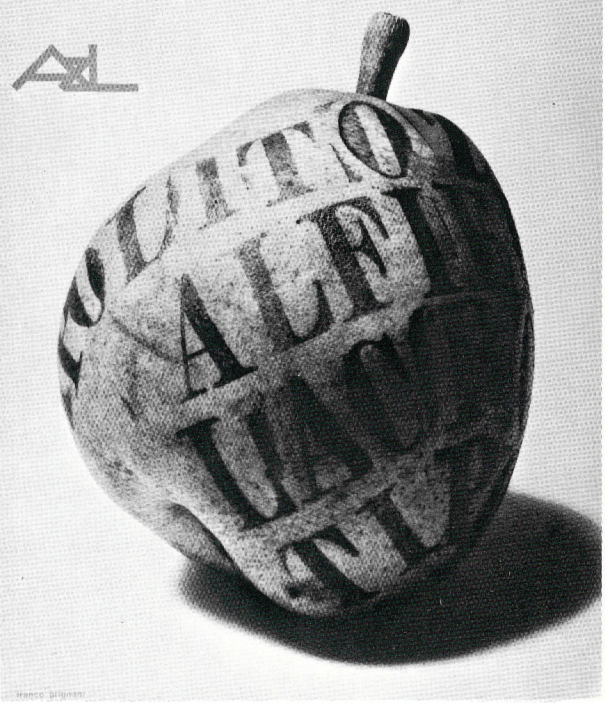
12

Geometria avvolgente
continua mutevole,
tradotta fisica
nel suo esistere dinamico
e dalla qualità di stampa.
Immagine che esce
da macchine perfette
condotte da nuove tecniche.
Tutti sanno che è
una stampa
della tipolitozincografica
Alfieri e Lacroix.

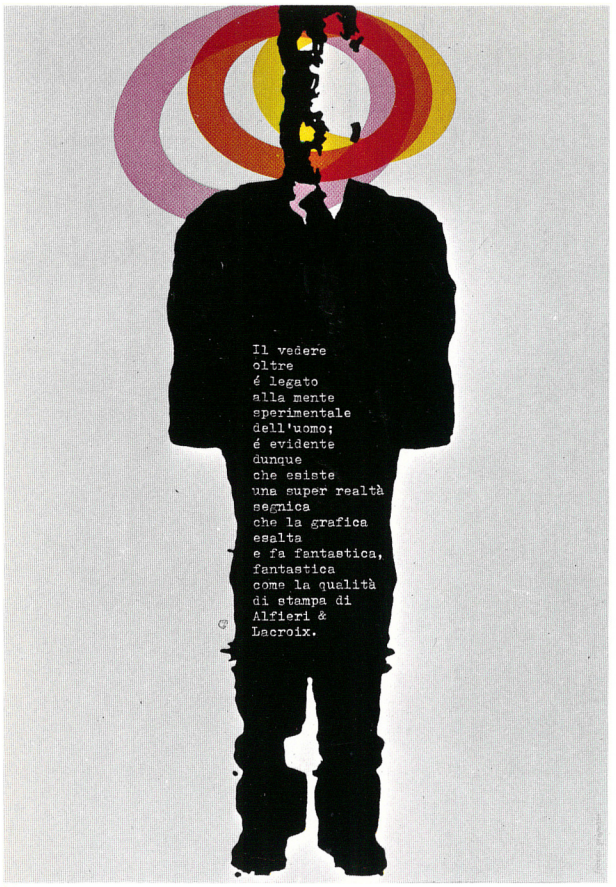
franco grignani

13

Oggi si scrive anche in cielo, nel cemento, sui tessuti, sulle pere, nell'acqua, con la luce, scritte in movimento, tridimensionali; ma la storia della tipografia si fa sulla carta dove il segno diventa arte e perfezione: Alfieri & Lacroix tipolitozincografia per la stampa di qualità.



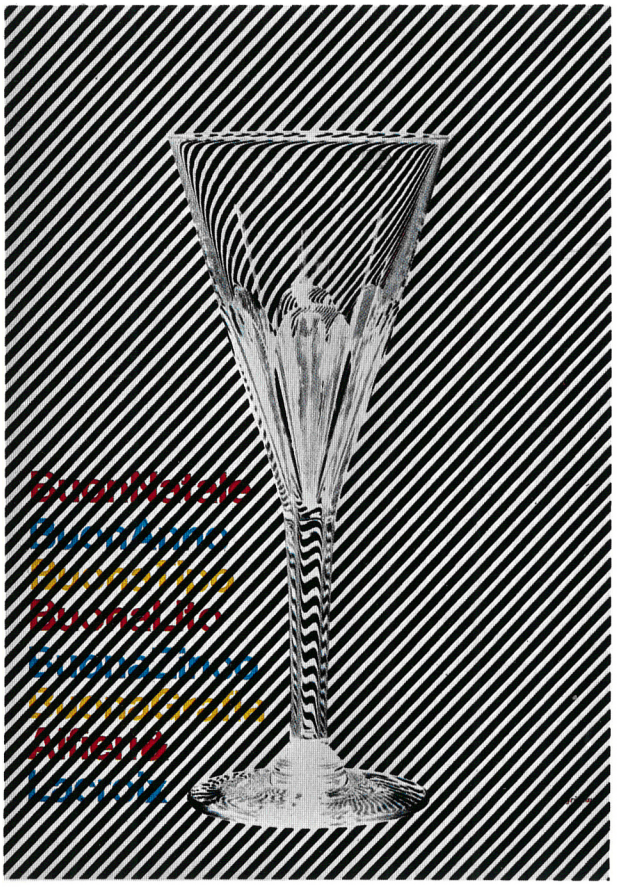
14


Il vedere
oltre
é legato
alla mente
sperimentale
dell'uomo;
é evidente
dunque
che esiste
una super realtà
segnica
che la grafica
esalta
e fa fantastica,
fantastica
come la qualità
di stampa di
Alfieri &
Lacroix.

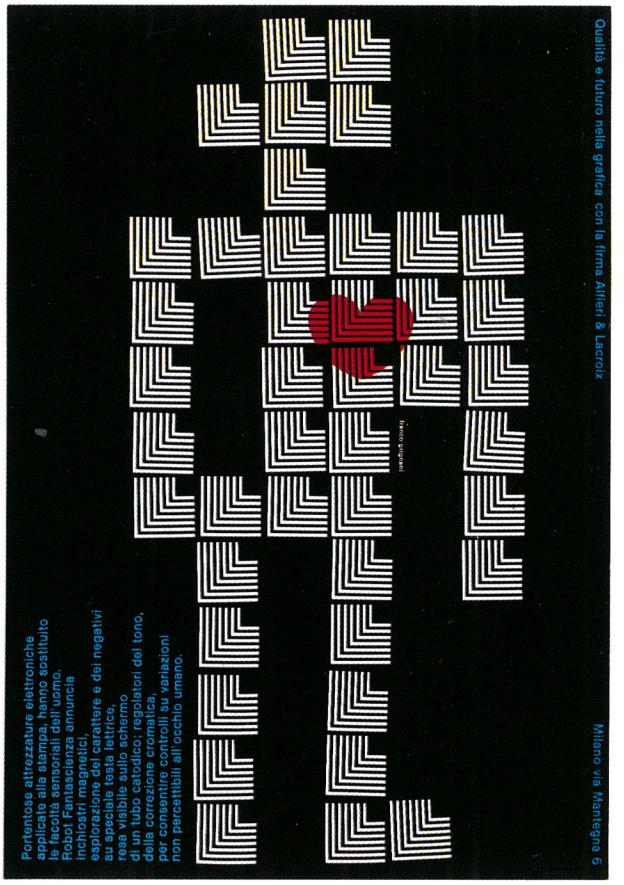
15

La critica guarda
con quattro occhi,
la stampa di
Alfieri & Lacroix
non ne teme dieci:
perfetta, setosa,
piena, precisa,
viva, giusta,
vera, intensa,
tecnica, moderna.
franco grignani

16


BuonNatale
BuonAnno
BuonaLito
BuonaZinco
Alfieri &
Lacroix

17

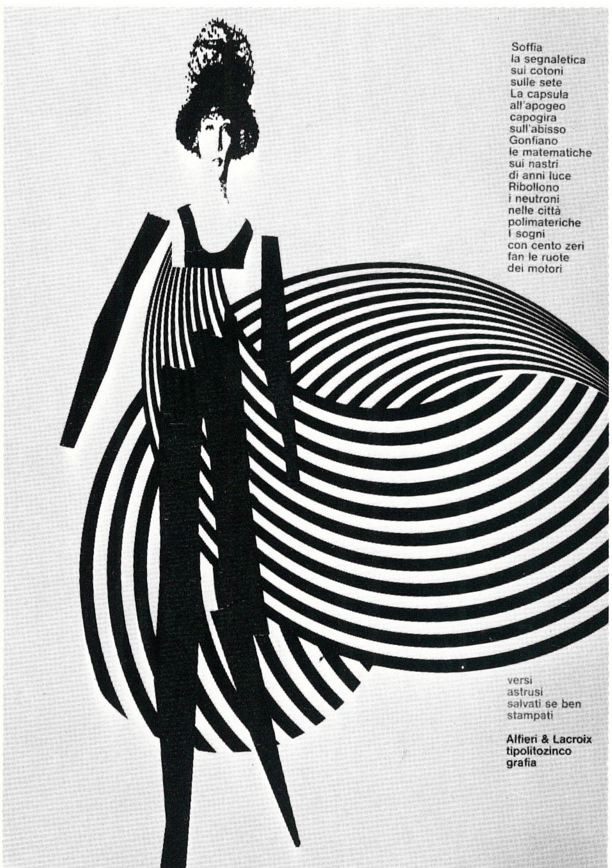

Qualità e futuro nella grafica con la firma Alfieri & Lacroix
Portentose attrezzature elettroniche
applicate alla stampa, hanno sostituito
le facoltà sensoriali dell'uomo.
Robot Fantascienza annuncia
inchiostri magnetici,
esplorazione del carattere e dei negativi
su speciale testa lettrice,
resa visibile sullo schermo
di un tubo catodico; regolatori del tono,
della correzione cromatica,
per consentire controlli su variazioni
non percettibili all'occhio umano.
franco grignani
Milano via Mantegna 6

18

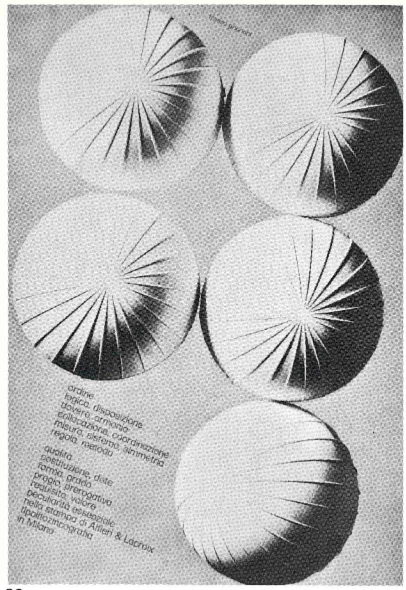
Quando la grafica diventa musica,
quando la tipografia diventa figurale,
quando i problemi di stampa diventano complessi,
ricordiamo le tecniche di Alfieri & Lacroix,
tipolitozincografia in Milano.

L'uomo organizza nel vortice del suo mondo entità unificate chiamate immagini visuali. Nella grafica queste unità visive sono i segni che ci guidano nello spazio grafico. La qualità di stampa è un problema correlativo e l'emblema più prestigioso sulla bandiera dell'Alfieri & Lacroix

20


Soffia
la segnaletica
sui cotoni
sulle sete
La capsula
all'apogeo
capogira
sull'abisso
Gonfiano
le matematiche
sui nastri
di anni luce
Ribollono
i neutroni
nelle città
polimateriche
I sogni
con cento zeri
fan le ruote
dei motori
versi
astrusi
salvati se ben
stampati
Alfieri & Lacroix
tipolitozinco
grafia

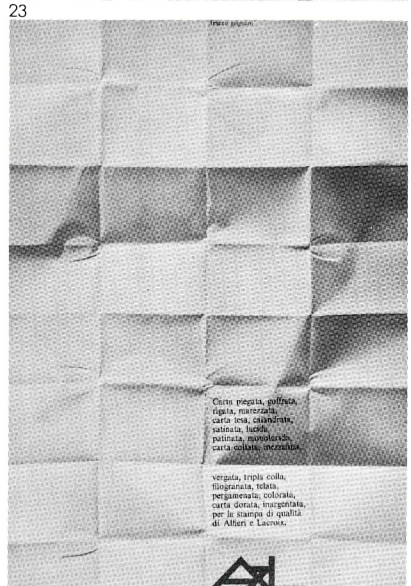
21


ordine
logica, disposizione
dovere, armonia
collocazione, coordinazione
misura, sistema, simmetria
regola, metodo
qualità
costituzione, dote
forma, grado
pregio, prerogativa
requisito, valore
peculiarità essenziale
nella stampa di Alfieri & Lacroix
tipolitozincografia
in Milano

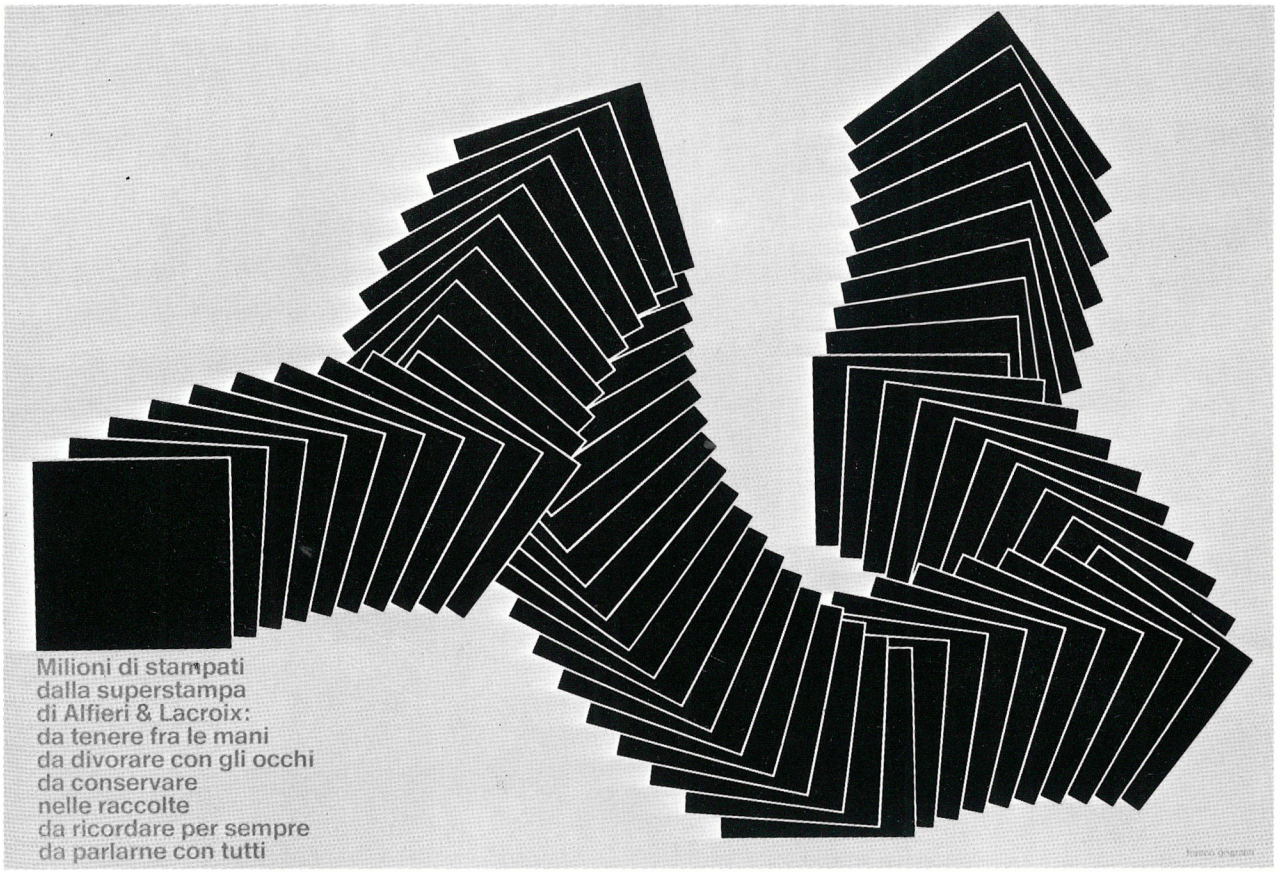
22

DOMANI PIU DI OGGI
Il futuro della tipografia è nel
futuro dell'uomo e noi non
conosciamo soste; soltanto
anni di vita, di sviluppo, orga-
nizzazione, attrezzatura, ag-
giornamento, livello, ricerca.
Ieri, oggi, domani: Alfieri &
Lacroix con il nuovo, il meglio,
la sicurezza, la garanzia, la
qualità, l'aiuto per la soluzio-
ne di ogni problema grafico
Milano via Mantegna 6

23


Carta piegata, goffrata,
rigata, marezzata,
carta tesa, calandrata,
satinata, lucida,
patinata, monolucida,
carta collata, mezzatinta,
vergata, tripla colla,
filogranata, telata,
pergamenata, colorata,
carta dorata, inargentata,
per la stampa di qualità
di Alfieri e Lacroix.

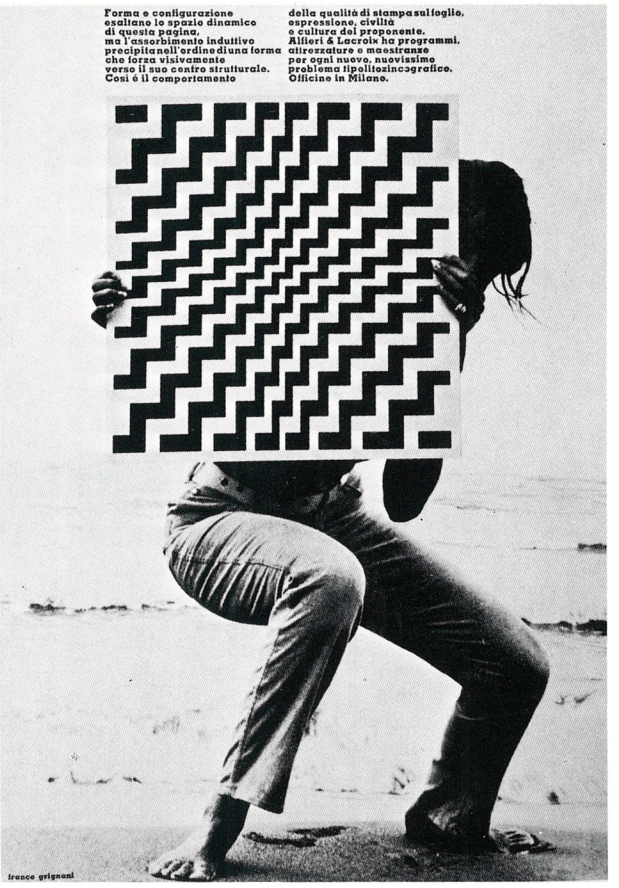
24


Milioni di stampati
dalla superstampa
di Alfieri & Lacroix:
da tenere fra le mani
da divorare con gli occhi
da conservare
nelle raccolte
da ricordare per sempre
da parlarne con tutti

25

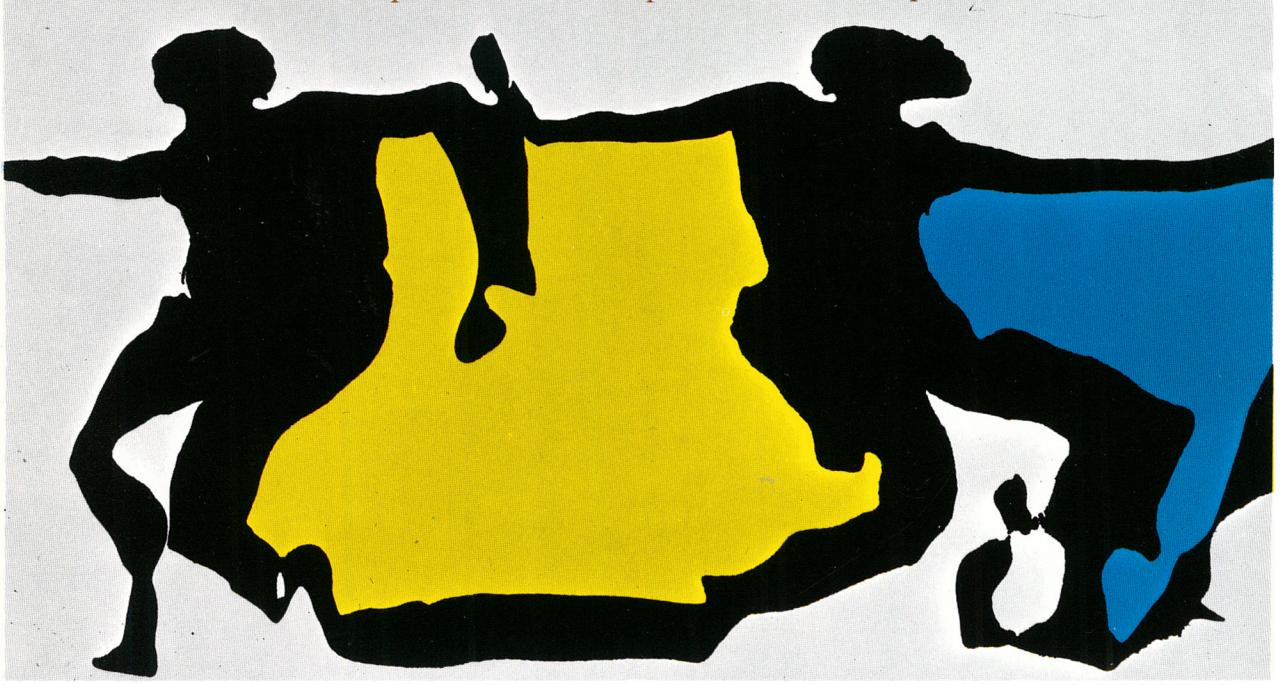
franco grignani
la qualità di stampa offre:
all'osservazione del segno
il valore fisico induttivo,
al linguaggio
il desiderabile e il persuasivo,
al proponente
stile e peculiarità.
Alfieri & Lacroix
stampa solo la qualità
potere
induttivo

26

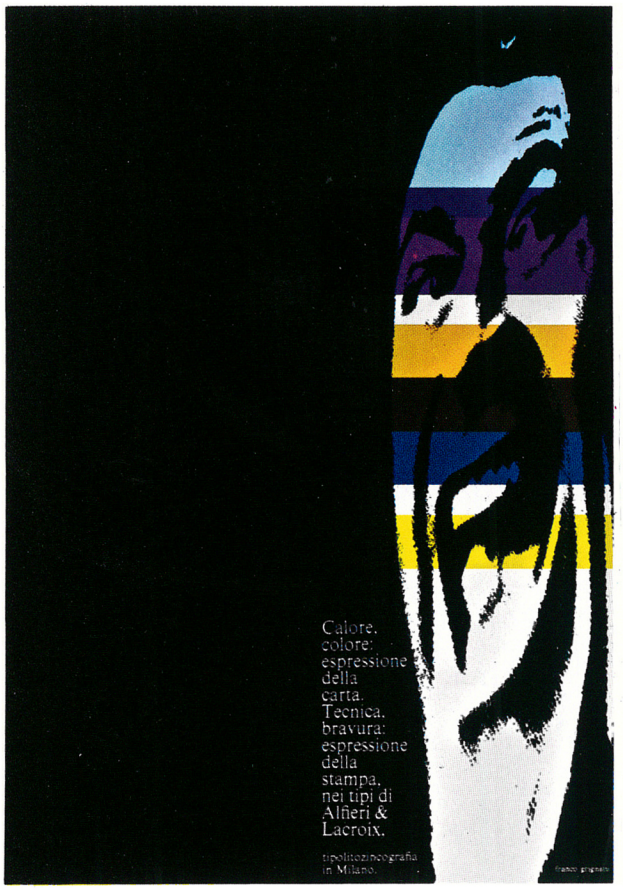

Forma e configurazione
esaltano lo spazio dinamico
di questa pagina.
ma l'assorbimento induttivo
precipitanell'ordinediuna forma
che forza visivamente
verso il suo centro strutturale.
Così è il comportamento
della qualità di stampasulfoglio,
espressione, civiltà
e cultura del proponente.
Alfieri & Lacroix ha programmi,
attrezzature e maestranze
per ogni nuovo, nuovissimo
problema tipolitozincografico.
Officine in Milano.
franco grignani

27

La comunicazione pubblicitaria si innesta su esperienze sensoriali vissute e catalogate lungo l'arco di vita di un individuo e tracce formali interferiscono le une con le altre in base alla loro somiglianza, talvolta può l'ambiguità strutturale di certi segni grafici impiegati come reattivo generare infinite interpretazioni, ma una realtà viva semplice esatta è la qualità nella stampa di Alfieri e Lacroix.



28



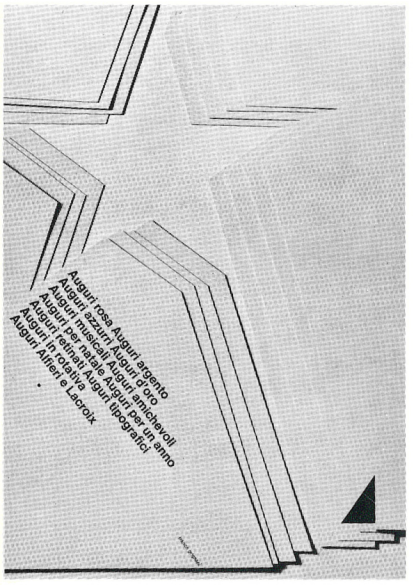
29

30

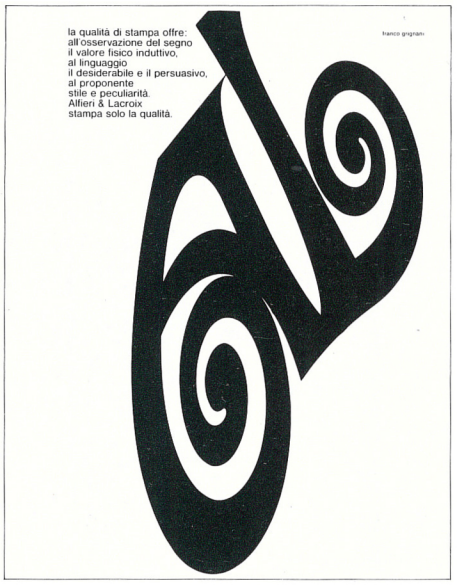
Augurare buona fortuna 1969,
pronosticando auspicando
desiderando felicità
con il nostro segnostampa
di inconfondibilità
Alfieri & Lacroix
Tipolitozincografia.
franco grignani

32

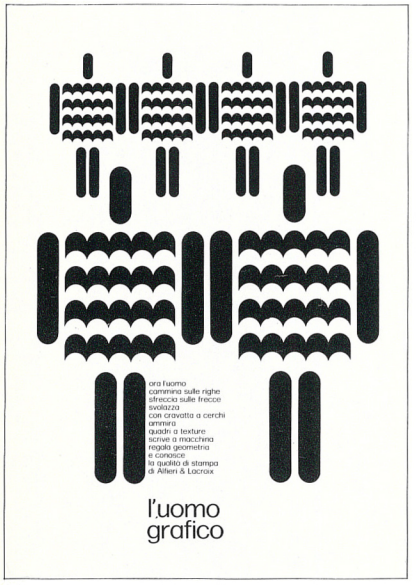
33



34



35



36

37

38

39

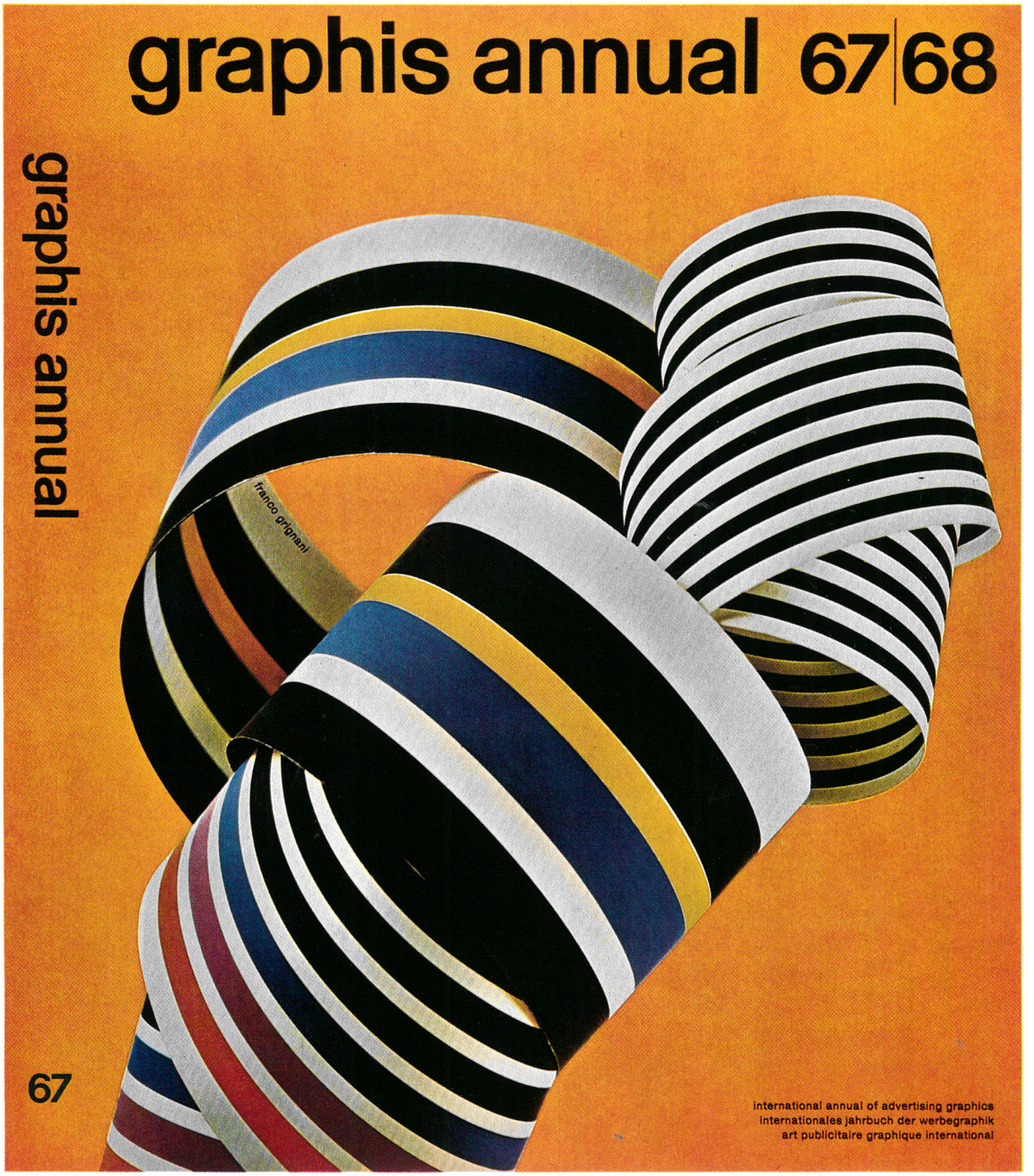
franco grignani

intervento dell'uomo della vita domina la massa amorfa ossia senza forma né nome dare una forma è dare un nome alle cose ordine razionalità esprimere uno scopo dell'uomo acqua farina lievito questo era il pane in principio poi modellato dalla mente dalle mani dal fuoco alla bocca agli occhi secondo un disegno divenne cosa viva di civiltà organizzazione dunque della natura come segno alfabeto immagine natura organizzata conosciuta bellezza formato dimensione organica di pagine parole che uomini leggono leggeranno toccano figure che vedono

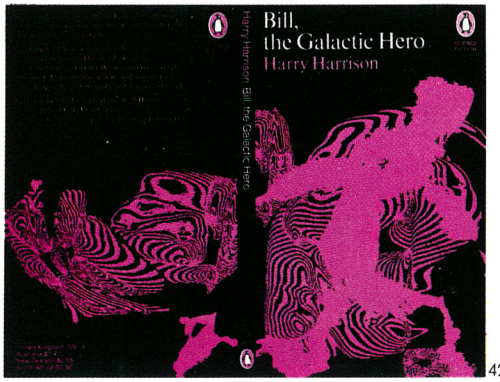
format

A ogni bocca il suo viso il suo pane a ogni pagina la giusta misura una forma

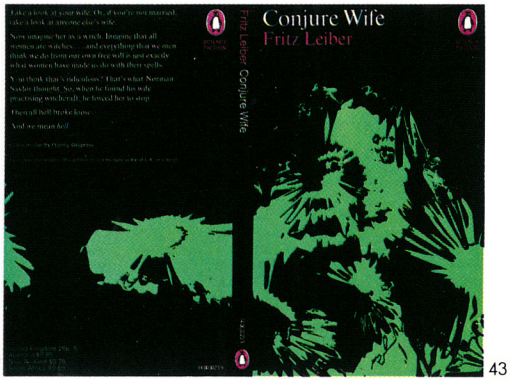
40


graphis annual 67|68
graphis annual
franco grignani
67
international annual of advertising graphics
internationales jahrbuch der werbegraphik
art publicitaire graphique international

41


Bill,
the Galactic Hero
Harry Harrison
Harry Harrison Bill, the Galactic Hero

42


Conjure Wife
Fritz Leiber
Fritz Leiber Conjure Wife

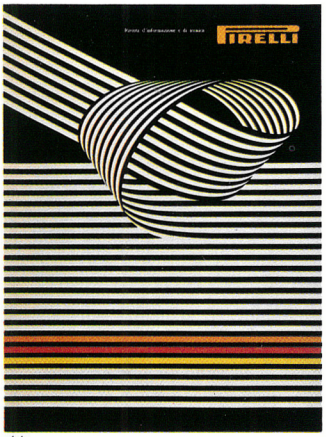
43

46

pubblicità in italia 1964 1965
PUBBLICITA'
IN ITALIA
WERBUNG
IN ITALIEN
ADVERTISING
IN ITALY
PUBLICITE'
EN ITALIE
1964 1965
editrice l'ufficio moderno milano

47

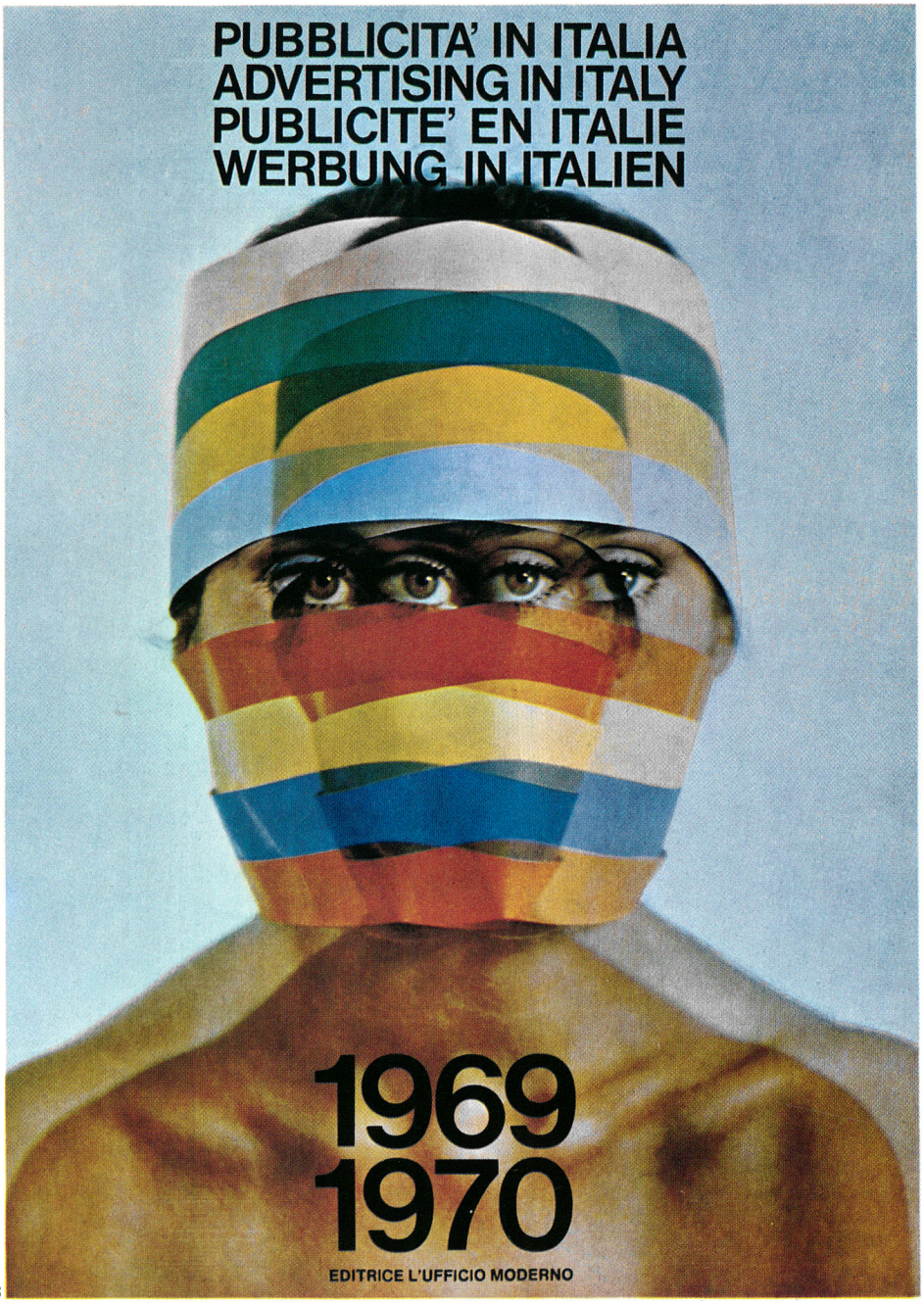
Pubblicità in Italia Advertising in Italy
Werbung in Italien Publicité en Italie
1967
1968


PIRELLI

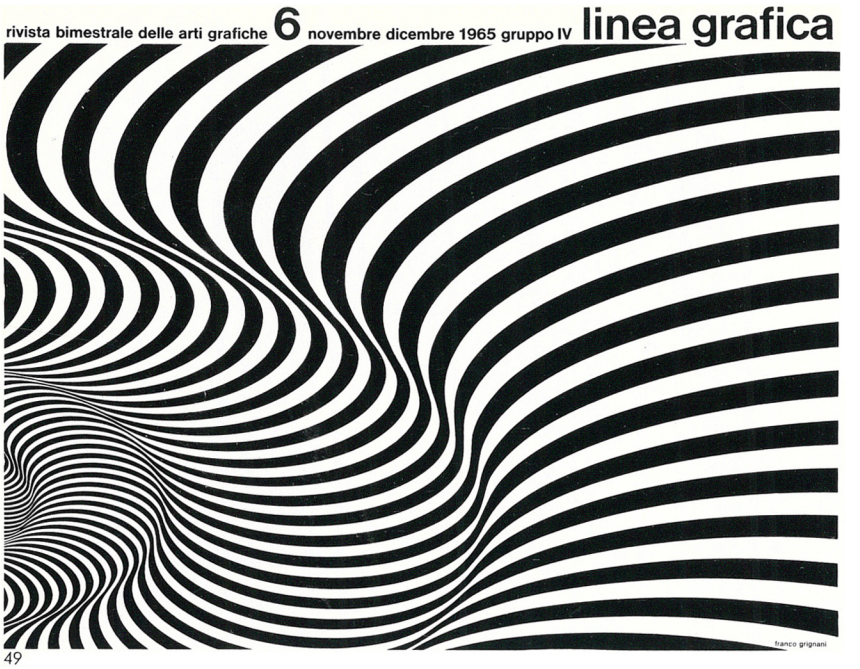
44

serigrafia 38
rivista internazionale
del quarto sistema di stampa
anno VII

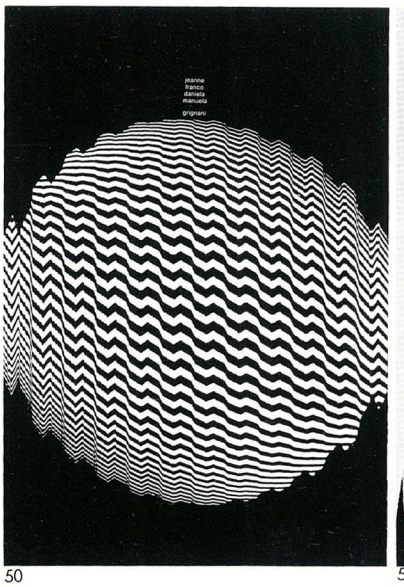
45


PUBBLICITA' IN ITALIA
ADVERTISING IN ITALY
PUBLICITE' EN ITALIE
WERBUNG IN ITALIEN
1969
1970
EDITRICE L'UFFICIO MODERNO

48


rivista bimestrale delle arti grafiche 6 novembre dicembre 1965 gruppo IV linea grafica
franco grignani

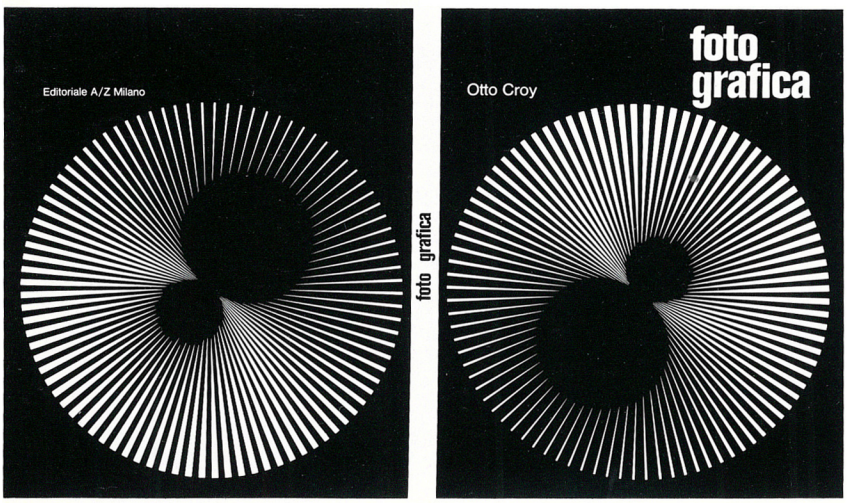
49


jeanne
franco
daniela
manuela
grignani

50

maggio giugno 1962
gruppo IV
LINEA GRAFICA
rivista bimestrale delle arti grafiche
5 6
grignani

51


Editoriale A/Z Milano
foto grafica
Otto Croy
foto
grafica

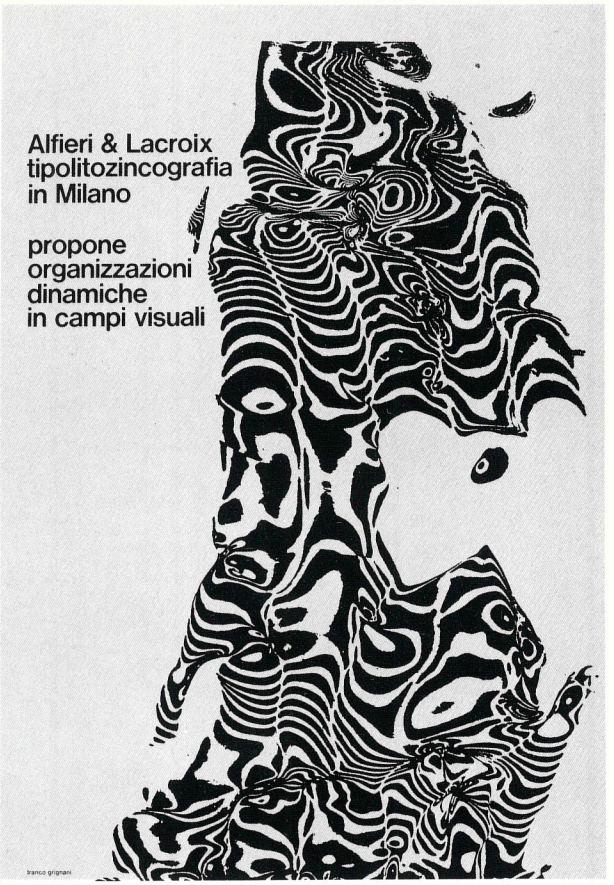
52

gli auguri di
Jeanne
Daniela
Manuela
Franco
Grignani
20122 Milano, via Bianca di Savoia 17

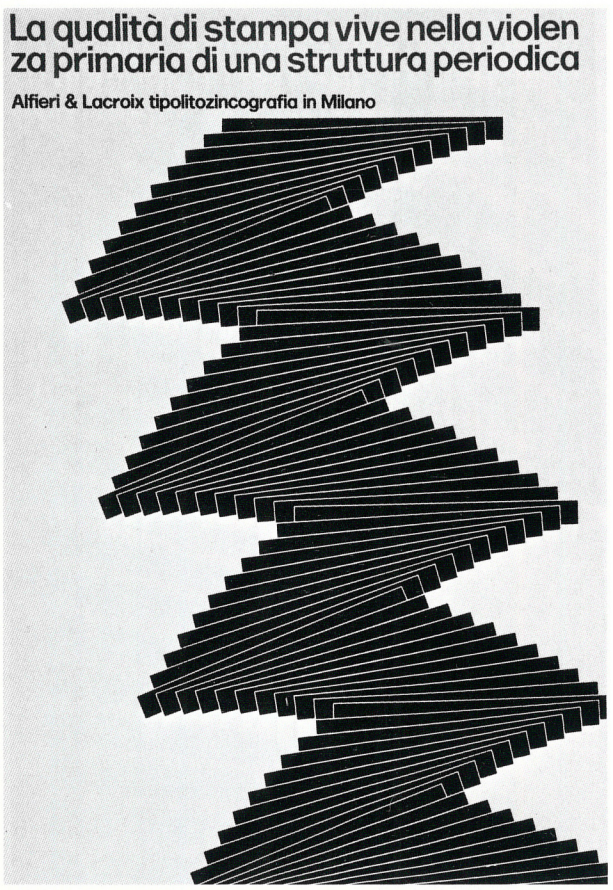
53

Alfieri & Lacroix
tipolitozincografia
in Milano
propone
la comunicazione
nell'induzione
grafica

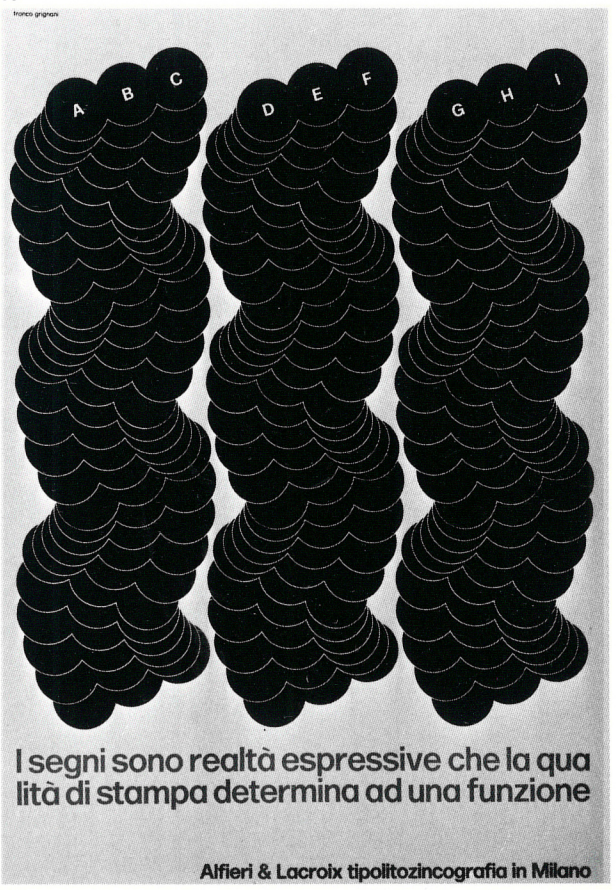
54


Alfieri & Lacroix
tipolitozincografia
in Milano
propone
organizzazioni
dinamiche
in campi visuali

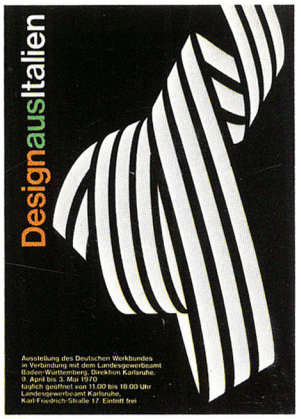
55


La qualità di stampa vive nella violen
za primaria di una struttura periodica
Alfieri & Lacroix tipolitozincografia in Milano

56


A B C
D E F
G H I
I segni sono realtà espressive che la qua
lità di stampa determina ad una funzione
Alfieri & Lacroix tipolitozincografia in Milano

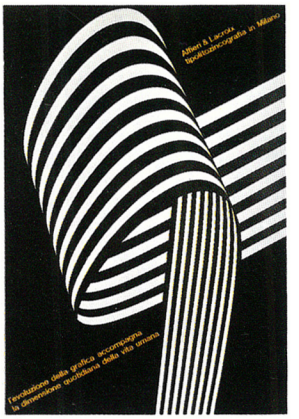
57


Designaus Italien
Ausstellung des Deutschen Werkbundes
in Verbindung mit dem Landesgewerbeamt
Baden-Württemberg. Direktion Karlsruhe.
9. April bis 3. Mai 1970
täglich geöffnet von 11.00 bis 18.00 Uhr
Landesgewerbeamt Karlsruhe,
Karl-Friedrich-Straße 17. Eintritt frei

58

APRI
LE
PORTE
AL
BINOMI
O
gOmmapiuma
è mOlle
bOlle
fOlle
dOlle
vOlle
La
bellezzazzazza
scivola
sulle
di
pomata
docce
Strin
gini forte
& ti dirò
chi è

59


Alfieri & Lacroix
tipolitozincografia in Milano
l'evoluzione della grafica accompagna
la dimensione quotidiana della vita umana

60

franco grignani
l'evoluzione
della grafica
accompagna
la dimensione quotidiana
della vita umana
Alfieri & Lacroix
tipolitozincografia
in Milano

61

l'evoluzione
della
grafica
accompagna
la
dimensione
quotidiana
della
vita
umana
Alfieri &
Lacroix
tipolitozinco
grafia
in
Milano
franco grignani

62

grignani
galleria
flaviana
locarno
dal 15 al 30 ottobre

63

Yesterday's
Italian
Posters
from november 3rd to 24th 1967
Reed House 82 Piccadilly Circus London W.1

64

Today's
Italian
Publicity
and
Graphic
Design
from
november
3rd to 24th
1967
Reed House 82 Piccadilly Circus London W.1

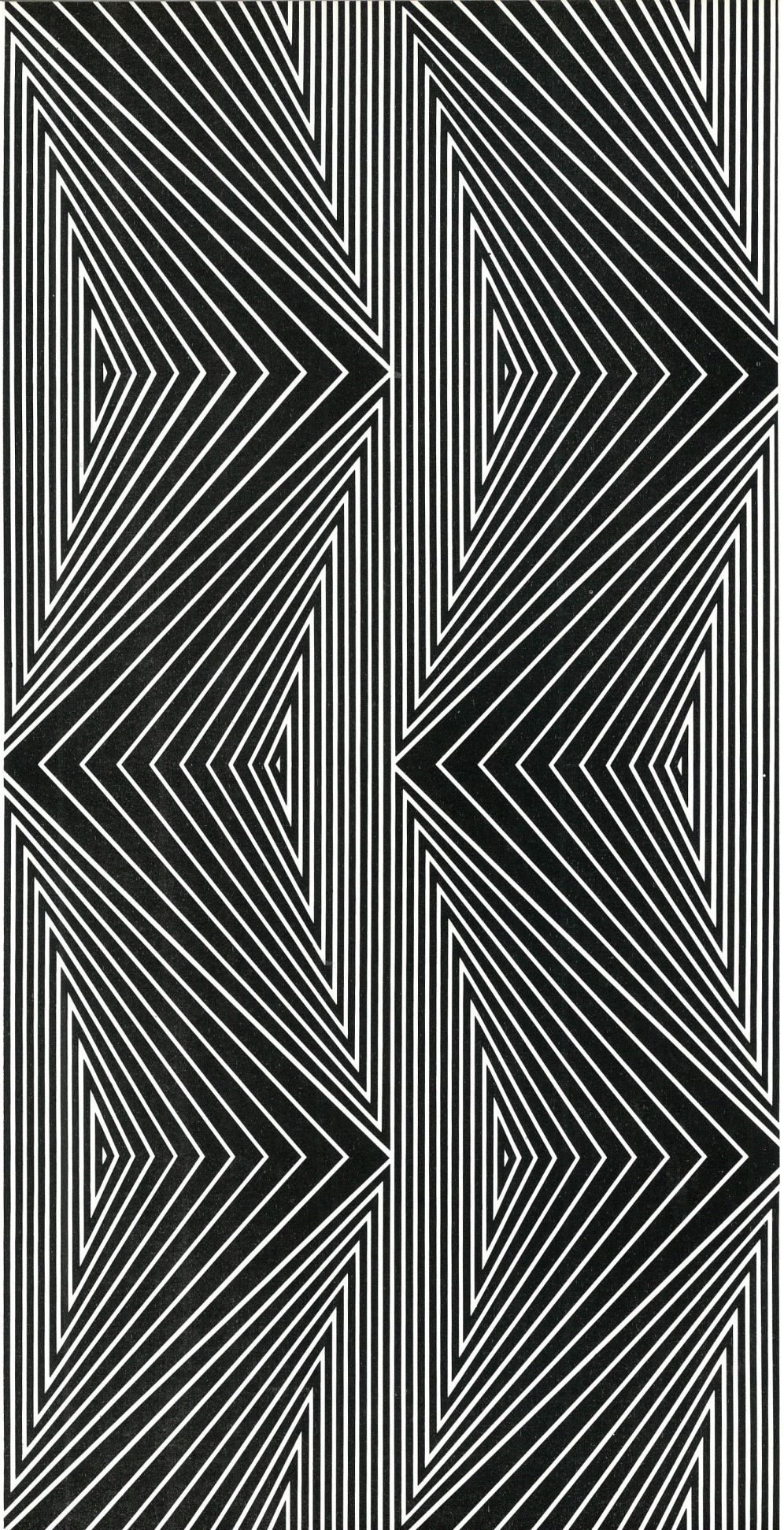
65

Alfieri & Lacroix
tipolitozincografia
in Milano
propone aspetti tensivi
nella spazialità grafica

66

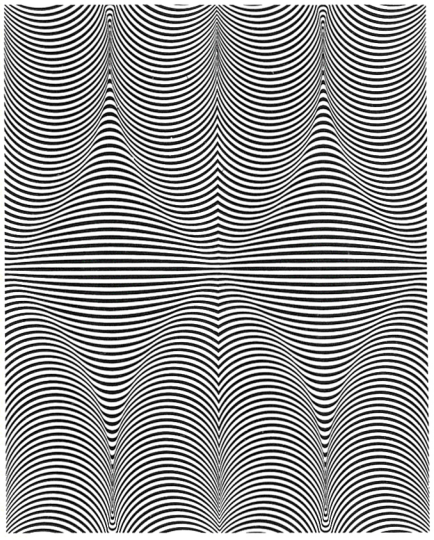
GALLERIA
SAN FEDELE
franco
grignani
alla
galleria
san fedele
milano
via ulrico hoepli 3/5
dal 26 marzo 1969

67

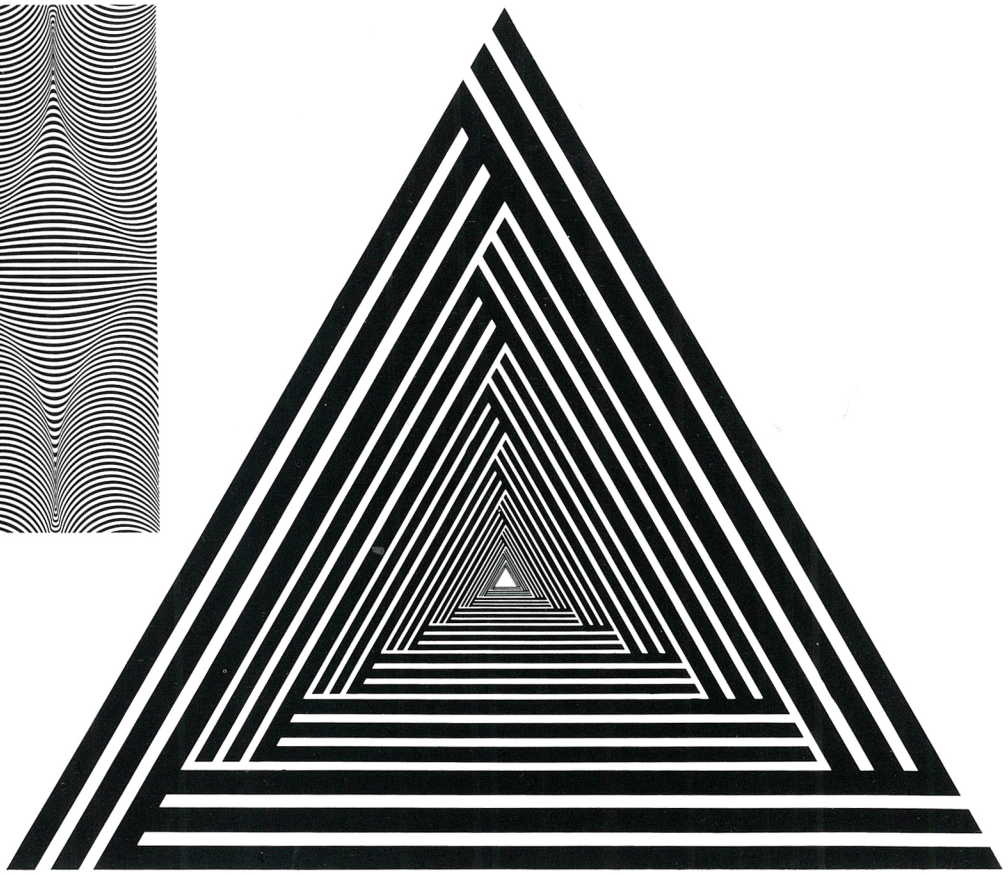


68

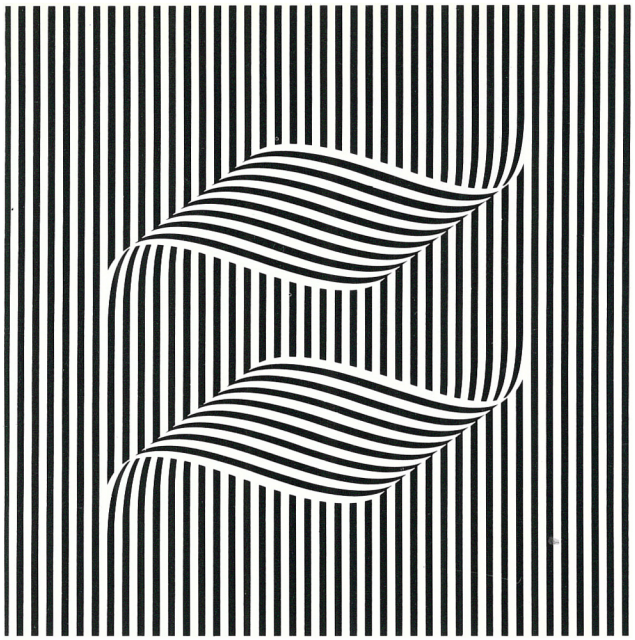
69



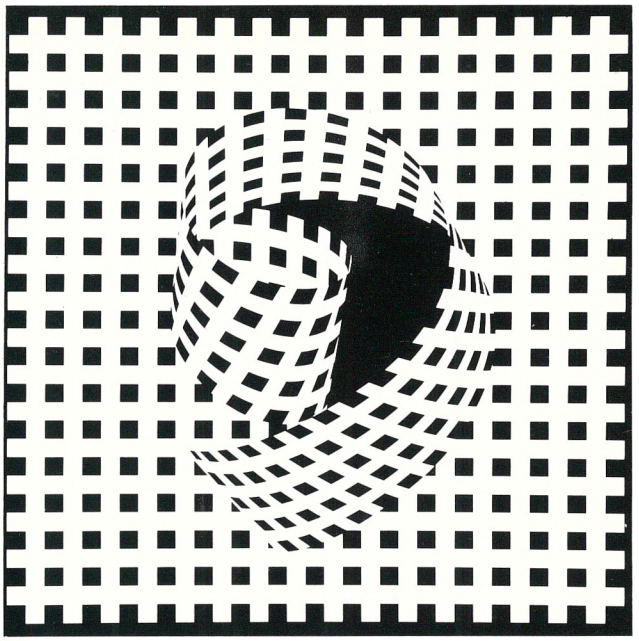
70



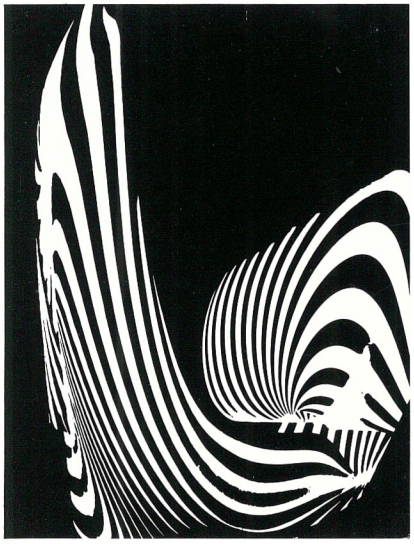
71



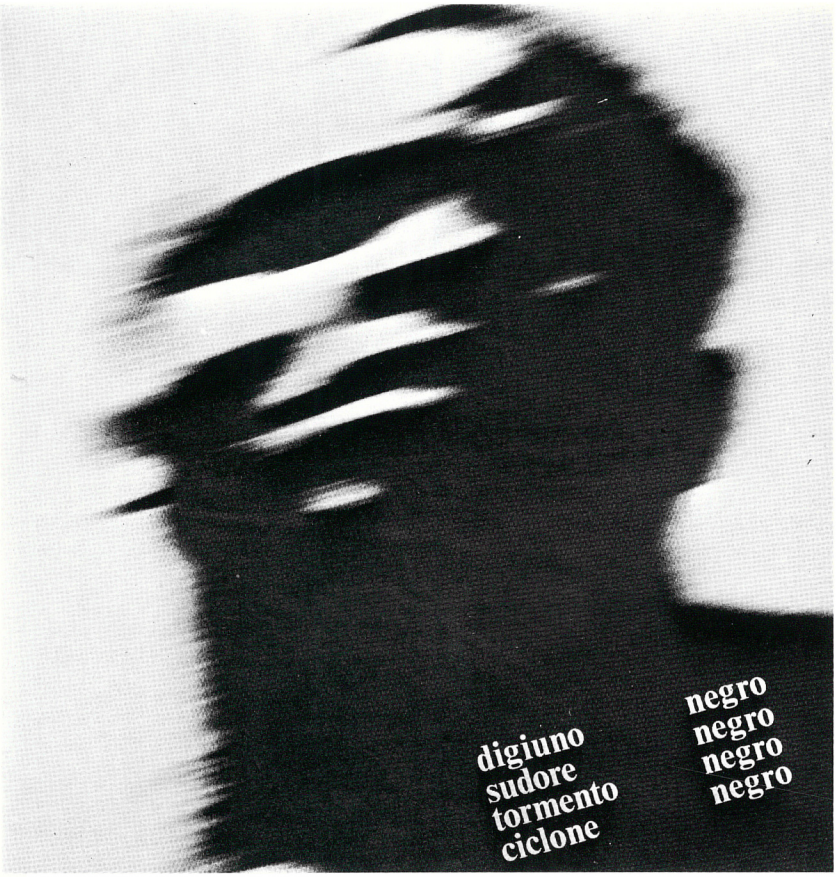
72



73



74



75